How to increase your multimedia competencies

Methodology of



Warsaw - Muenster - Bilbao 2013

This publication has been funded with support from the European Commission under the Lifelong Learning Programme.



This publication has been created with cooperation of:









Dieses Handbuch Media Production Methodology ver. 1 wurde als Teil des Projektes “New Media Production Methodology – Wie Sie Ihre multimedialen Fähigkeiten steigern“ geschaffen, welches co-finanziert wurde durch das Leonardo da Vinci - Lifelong Learning Programme.

Das Konsortium dieses Projektes besteht aus:

- Nowoczesna Firma S.A. (NF)
- Management Observatory Foundation (MOF)
- Bürgerhaus Bennohaus – citizen centre, Arbeitskreis Ostviertel e.V. (BB)
- XXI INVESLAN, S.L. (INV)

Authoren:

- Piotr Maczuga (NF)
- Karolina Sikorska (NF)
- Marta Mazur (MOF)
- Jan Leye (BB)
- Arndt Selders (BB)
- Amaia San Cristobal Macho (INV)

In Kooperation mit:

- Jarosław Sobolewski (NF)
- Grzegorz Staniak (MOF)

ISBN: 978-83-63481-08-7



Warsaw – Muenster - Bilbao 2013
New Media Production Methodology – Wie Sie Ihre multimedialen Fähigkeiten steigern
newmediaproduction.eu

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis 3
Einleitung 4
Über das Projekt 4
Projektpartner 4
Modul A – Multimediale Produktion 6
Modul – Einführung 6
Technik und Funktionen 7
Bildkomposition 14
Lichtdesign 18
Ton 20
Gestaltungsgrundlagen 23
Regie und Bühnenarbeit 26
Schnitt 28
Modul B – Crossmedia Journalismus 33
Modul - Einführung 33
Journalismus im 21. Jahrhundert 34
Crossing von Medien 37
Verbreitung von Multimedia 41
Rechtsfragen 45
Modul C – Train the Trainer 50
Einführung 50
Rolle und Fähigkeiten des Trainers 51
Trainingszyklus-Management 58
Kommunikation mit den Teilnehmern 66
Wissenstransfer und didaktishe Methoden 71
Einen interaktiven Workshop leiten 74
Praxisprojekt: Trainer sein 79
Trainer sein 82
Antworten 84
Glossar 87

Einleitung

Über das Projekt

Derzeit stellen Kompetenzen im Bereich der Multimedia-Produktion einen wichtigen Mehrwert in Berufen wie: Coach, Wirtschaftspsychologe, Bild- , PR-Spezialisten dar. Diese sind Berufe, in denen Mitarbeiter häufig als unabhängiger Experten (freiberuflich) arbeiten.
Aus diesem Grund, hat diese Zielgruppe weniger Möglichkeiten in ihrer Arbeit den Zugang zu Multimedia-Technologie zu nutzen. Das Budget des unabhängigen Sachverständigen kann nicht dem eines Großunternehmens entsprechen, das ihn beschäftigt. Zur gleichen Zeit bieten in vielen Fällen unabhängige Experten, Trainer und Berater einen Wettbewerbsvorteil für viele Unternehmen, die ihre Dienste nutzen. Daher ist es äußerst wichtig, diesen Professionellen neue Werkzeuge zu geben und den Umfang und die Art der Kommunikation auf dem Markt zu erweitern.
New Media Production Methodology ist eine Lösung für das Problem mit Schulungen für Trainer (Freiberufler) im Bereich Multimedia-Produktion und Nutzung neuer Medien. Das Projekt zielt nicht darauf ab, eine umfassende Gruppe von Fachleuten einen neuen Beruf zu lehren, sondern die Lücke zu füllen, die - unserer Meinung nach - das Ergebnis der Popularisierung der nicht-klassischen Formen der Zusammenarbeit zwischen Trainer und Experten auf dem Markt und ihren Kunden ist. Es ist daher eine Antwort auf die wirklichen Bedürfnisse des Marktes und seiner Vertreter.

Projektpartner

Nowoczesna Firma S.A. (Polen)

Die Aufgabe der Nowoczesna Firma (NF) ist ein seriöses Medium für Führungsgemeinschaft zu schaffen. Durch die Förderung von modernen Management-Techniken, formt es die Unternehmereinstellung, zieht Dienstleister und deren Kunden zusammen, schafft ein entwicklungsorientiertes Geschäftsumfeld, passt mentale Barrieren von KMU an.
NF reagiert auf die spezifischen Anforderungen von Unternehmern, die Öffnungsmöglichkeiten in den Bereichen, in denen die größten Kompetenzlücken bei den Führungskräften vorhanden sind, im Einklang mit der Umsetzung von Lösungen passend zu individuellen Bedürfnissen und den Besonderheiten des polnischen Marktes bringen.
NF ist der Besitzer des 3. größten Business-Internet-Portals www.nf.pl in Polen, betreibt HRM-Programme, die zur Schaffung und Förderung von Standards der Unternehmensführung und der Integration einer Gemeinschaft von aktiven Firmen und Profis führen.
NF veröffentlicht auch eine Anzahl an periodischen Berichte in HRM und organisiert Veranstaltungen wie: HR Kongresse - mehr als 2000 Teilnehmer pro Jahr, regionale Konferenzen, Businesswissen-Events.

Mehr: www.firma.nf.pl / www.nf.pl

Management Observatory Foundation (Polen)

Management-Observatory Foundation (MOF) ist die Nicht-Regierungs-Organisation, die polnischen Unternehmen in den Bereichen: HRM, HR-, Kapital-/Finanzmanagement und IKT-Nutzung unterstützt. MOF macht gute Praxis populär, fördert den Wissensaustausch und verbessert die beruflichen Qualifikationen der Führungskräfte.

MOF leitet Projekte wie:

- E-Learning-Projekte: WebQuest für HRM, Knowledge Pills-Methodik, wie man Webcast, Webinar 2 lernt, Wissensmanagement 2.0 für KMU,
- Forschungs- und Zertifizierungsprojekte: Nutzbare Webseiten, Human Capital Investor, kundenfreundliche Unternehmen,
- Trainingsprojekte: PTM (Professional Trainings Manager), PMHR, PMK, PME,
- EU-finanzierte Forschung und Bildung.

MOF ist auch der Koordinator der Educluster New Media in der Bildung und erfasst dabei 60 polnische Medien-/Bildungsorganisationen und nationale Mitglieder der International Federation of Training and Development Organizations (IFTDO), mit mehr als 500.000 HR-Experten aus über 50 Ländern.

Mehr: www.obserwatorium.pl/en

Bürgerhaus Bennohaus – Arbeitskreis Ostviertel e.V. (Deutschland)

Das Bürgerhaus Bennohaus ist eine soziokulturelle und medienpädagogische Einrichtung, die für alle Bürger offen ist - vor allem für Kinder, Jugendliche und Senioren. Kulturtreffpunkt, Bildungseinrichtung und ein Medienkompetenzzentrum- das moderne Bennohaus verfügt über einen breiten Bereich, auf lokaler als auch auf europäischer Ebene. Die Bildungseinrichtung im Bennohaus (BIB) ist ein akkreditiertes Fortbildungsinstitut.

Interessierte Bürgerinnen und Bürger, Teilnehmer von Medienberufsqualifikationen, sowie Kultur- und Medienpädagogen bilden sich beruflich in Seminaren oder im Rahmen der Qualifikation-Kits aus. Vielseitig interdisziplinäre und generationsübergreifende Projekte bieten Möglichkeiten der Eingenständigkeit.

Das Bennohaus organisiert und fördert kultur- und medienpädagogische Workshops mit Kindern, Jugendlichen, Senioren und "Multiplikatoren", die auf eine lokale, nationale und internationale Ebene ausgerichtet sind. Das Bennohaus besitzt langjährige Erfahrungen in der europäischen Projektarbeit unter Berücksichtigung des Bereichs Vermittlung von IKT- und Medien-Kompetenz. Gerade jetzt bildet es 4 Audio-visuelle Medien-Designer aus und ist der größte Produzent für TV-Bürgermedien im Bundesland Nordrhein-Westfalen in Zusammenarbeit mit dem Bildungs- TV-Sender "nrwision".

Das Bennohaus ist ein anerkannter Ausbilder (IHK) und führt Bildungsmaßnahmen in Zusammenarbeit mit der Landesmedienanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM).
Das Bennohaus ist eine der wenigen Einrichtungen, die für das Qualitätsmanagement im Rahmen von kulturellen, ehrenamtlicher Arbeit anerkannt wird. Im Jahr 2013 wurde das offizielle Qualitätssiegel der Organisation für Prüfungen der Qualität in der Freiwilligenarbeit (Quifd) zum vierten Mal verlängert.

Mehr: www.bennohaus.info

XXI INVESLAN, S.L. (Spanien)

INVESLAN ist ein privates Forschungsunternehmen welches auf die Bereiche Ausbildung, Beschäftigung und Verwaltung spezialisiert ist. Die Hauptarbeitsfelder sind: Ausbildung, Berufsausbildung und speziell Erwachsenenausbildunge, IKT vor allem diejenigen, die in Lernumgebungen und im Management angewendet werden; Genderfragen, Beschäftigung, Knowledge Management, benachteiligte Kollektive; Bewertung. Es führt, koordiniert und beteiligt sich an der Entwicklung und Erprobung von Wegen der Ausbildung, Inhalte und Methoden, der Förderung von Sozial- und Arbeitsintegration schutzbedürftiger Kollektiven. Einer der Hauptätigkeitsfelder ist die Forschung und Entwicklung auf dem Gebiet der innovativen Trainingsmethoden, einschließlich IKT. In diesem Sinne leitet INVESLAN DeinTra-Projekte auf der Suche nach Zusammenarbeit für innovative Trainingsmethoden den Einsatz auf dem europäischen Arbeitsmarkt und koordiniert verschiedene Projekte im Rahmen des Programms für lebenslanges Lernen.

Mehr: www.inveslan.com

Modul A – Multimediale Produktion

Modul – Einführung

Dieses Modul enthält umfassende Grundlagen zur Erstellung von Video-Inhalten. Angefangen beim Kennenlernen der Technik und ihrer Besonderheiten bis hin zum abschließenden Videoschnitt. Dieses Modul sollte in Form eines Vorort-Workshops durchgeführt werden.

Zielgruppe

Die Teilnahme an diesem Modul wird für Vertreter der einzelnen Zielgruppen empfohlen.

Übersicht

Technik und Funktionen. (Dauer: 03:00 Stunden).

Dieses Kapitel zeigt Videotechnik und deren Aufbau.

Bildkomposition. (Dauer: 03:00).

Dieses Kapitel erläutert Blickwinkel, Perspektiven, Kamerabewegungen und den Bildaufbau einer Videosequenz.

Lichtgestaltung. (Dauer: 01:30).

Dieses Kapitel zeigt Beleuchtungsarten auf und Methoden, um diese zu nutzen.

Ton. (Dauer: 02:00).

In diesem Kapitel werden Tongrundlagen besprochen.

Gestaltungsgrundlagen. (Dauer: 02:30).

Dieses Kapitel konzentriert sich auf die wesentlichen Aspekte der „Rahmung“ eines Bildes, einschließlich der Regeln der Komposition und des Goldenen Schnitts.

Regie und Bühnennarbeit. (Dauer: 01:30)

In diesem Kapitel werden die grundlegenden Methoden der Arbeit mit einer Crew am Set erklärt.

Schnitt. (Dauer: 04:00).

In diesem Kapitel werden die Grundlagen für die Videobearbeitung mit praktischen Tipps dargelegt und wie man diese benutzt.

Voraussetzung für die Anleitung von Modul A

Um die Inhalte von Modul A erfolgreich weitergeben zu können, sollte die gastgebende Organisation oder Person idealerweise folgende infrastrukturellen und persönlichen Anforderungen erfüllen:

Personell. Die Trainer (dieses Modul benötigt mindestens zwei Trainer), die für die Leitung des Workshops verantwortlich sind, sollten die folgenden Kompetenzen haben:

- genügend Erfahrung in der Videoproduktion,
- geteilte Aufmerksamkeit,
- die Fähigkeit leicht Wissenstransfer auf Basis praktischer Beispiele zu vollziehen,
- Geduld.

Infrastrukturell. Wenn das Seminar offline stattfindet, sollte der Standort die folgenden Anforderungen erfüllen:

- Videostudio oder eine andere Räumlichkeit mit Ausrüstung (z.B. Kameras, Licht),
- Zugang zu allen notwendigen Medien (Internet, Beamer, Flipchart, usw.).

Das Seminar kann nur teilweise online stattfinden. Schlüsselthema ist, eine echte Videoproduktionsumgebung aufzuzeigen und die Möglichkeit anzubieten, diese auszuprobieren. Das Online-Seminar (Webinar) ist zu virtuell dafür. Allerdings kann das Webinar eine gute Anwendung sein, die nicht-praktischen Kenntnisse zu ergänzen.

Technik und Funktionen

Lernziele: Die Videotechnik kennenlernen, die Grundlagen der Funktionen und das Erstellen eines eigenen Videos von der Idee bis zum Schnitt.

Dauer: 03:00 stunden

Zielgruppen: Spezialisten und Erfahrene in den Bereichen Image und Publicity, PR, Sales und Marketing, Coaching, Beratung, Redaktion und Content

Kamera

Es gibt eine Bandbreite an verschiedenen Kameramodellen, die von sehr komplexen Filmkameras für die Kinoproduktion oder TV- und Spiegelreflexkameras bis zu “einfachen” Camcordern für den Heimkonsumenten reicht. Sie unterscheiden sich im Design, in den technischen Gegenebenheiten und in ihrer Funktion.

Mit einer Filmkamera kann das Bild in einem sehr detaillierten Weise angeordnet werden. Die meisten der Zeit werden mehrere Menschen die Kameraarbeit ausführen. Sie sind für verschiedene Operationen verantwortlich, wie z.B. die Einstellung der Schärfe und der Blende sowie die Positionierung des Fokussierungseffekts. Für eine TV-Produktion ist es wichtiger eine Kamera zu haben, die zuverlässig und schnell zu handhaben ist. Deshalb haben TV-Kameras Tasten, die leicht zu handhaben sind, so dass die verschiedenen Funktionen sehr leicht durch eine Person eingestellt werden können.
Einfache Handhabung ist das Wichtigste, wenn es um Consumer-Kameras geht. Der nicht-professionelle Benutzer hat normalerweise kein technisches Know-how und wird daher nicht lange Handbücher vor der Arbeit mit der Kamera studieren wollen. Wenn ein Benutzer die Kamera einschaltet, erwartet er/sie zu Recht sofort lebendige Bilder machen zu können. Deshalb arbeiten Consumer-Kameras meistens mit automatischen Einstellungen.

Camcorder. Eine Digital Kamera, auch bekannt als Camcorder, ist ein Gerät mit dem wir für gewöhnlich die Aufnahme von Video und Audio assoziieren. Momentan entwickelt der Markt eine Anzahl von fast unabhängigen Produkt-Gruppen. Leute, die sich danach erkundigen, sind zuerst erstaunt über die Größe und über die Preisunterschiede von Geräten, die anscheinend den gleichen Zweck erfüllen. Auf den ersten Blick ist es schwierig, die Unterschiede in der Leistung zu beurteilen, da Bildauflösung (fast alles an modernem Equipment nimmt in HD auf) oder der Typ des Datenträgers gleich sein könnte, im Fall einer professionellen oder einer Amateurkamera. Das heißt jedoch nicht, dass sie auf gleiche Weise funktionieren. Die kleine Unterschiede, die wir jetzt vorstellen, sind die Wichtigsten. Zuerst befassen wir uns mit einer Gruppe professioneller und semi-professioneller Ausrüstungen.

Ausrüstung, die für professionellen Nutzen hergestellt wurde, haben offensichtlich die gleichen Fähigkeiten wie eine Amateur-Kamera. Die professionelle Ausrüstung kann Video und Audio im richtigen Format aufnehmen und auf einem Datenträger speichern. Professionelle Kameras haben mehr manuelle Funktionen, sodass die professionellen Bediener eine größere Auswirkung des Ergebnisses erzielen als wenn sie eine Automatik Kamera benutzen. Hier sind die üblichen Kennzeichen einer professioneller Ausrüstung:

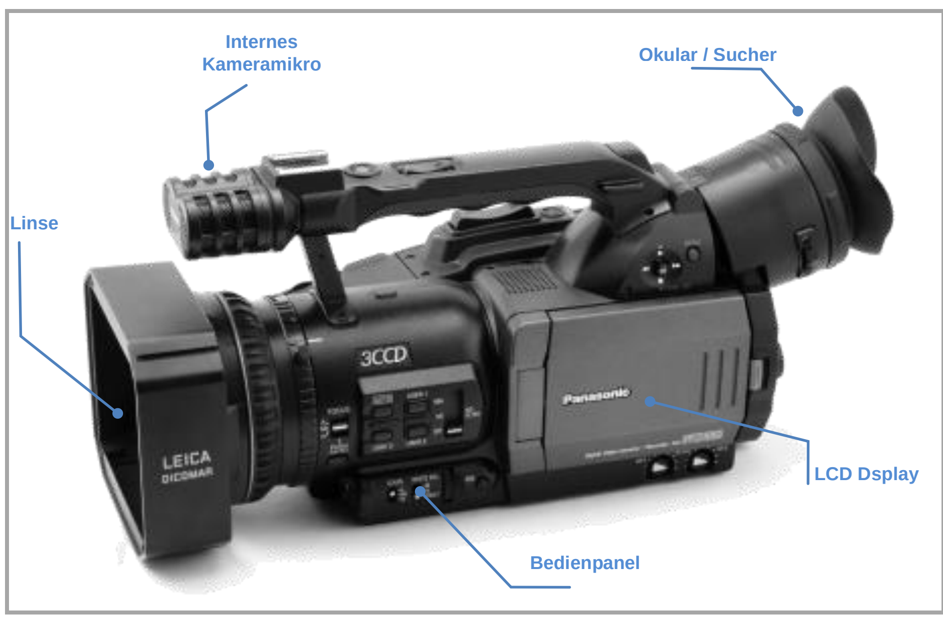
- Die Möglichkeit aller manueller Einstellungen von fast allen Parametern
- Eine große Auswahl an Funktionen die direkt auf dem Gehäuse der Kamera zugänglich sind (das heißt eine Anzahl von Knöpfen die direkt auf dem Gehäuse der Kamera zu finden und einfach zugänglich sind)
- Hoch auflösende Linse mit guten Parametern und- bei teureren Modellen- die Möglichkeit, die Linse auszutauschen
- Professionelle Schnittstelle (z.B. SDI) für den Gebrauch mit professionellem Equipment

Diese Elemente kann jeder auf den ersten Blick beurteilen, auch wenn man nicht mit der Ausrüstung vertraut ist. Natürlich lohnt es sich nicht, die Entscheidung die Kamera zu benutzen oder zu kaufen auf Basis dieser Charakteristiken fällen. Aber sie zeigen Trends, die die Manufakturen benutzen, die sich auf professionelle Kameras spezialisieren. Nur ein paar Firmen spezialisieren sich für solch eine Ausrüstung. Die häufigsten Produkte finden wir von:

- Sony
- Panasonic
- JVC
- Canon

Egal welche Firma die Kamera produziert, jede hat die gleiche Konstruktion. Das ist deshalb so, da jeder professionelle Bediener mit allen Typen von Hardware zurechtkommen muss, so wie ein professioneller Autofahrer mit jedem Auto fahren kann. Es handelt sich um bestimmte Standards für die Konstruktion der Ausrüstung und seine Funktionalität.

Natürlich unterscheidet sich jedes Kameramodell, auch vom gleichen Hersteller, in Konstruktion und Anordnung der Elemente, aber wer auch immer das Grundprinzip der Konstruktion versteht, kann mit einer anderen umgehen.



Das **Gehäuse der Kamera** ist der Hauptteil der Kamera. Es enthält elektronische Elemente und Mechanismen, die den Betrieb und Bildaufnahme auf dem magnetischen Band oder eines anderen Speichersystems, kontrolliert.



Die Kameralinse fängt das Licht, was vom Objekt reflektiert wird, ein und bringt es zum Fokus auf dem Film.

Filmkameras, sowie professionelle Digitalkameras, haben austauschbare Linsen. Die Funktion der Kameralinsen ist, die Lichtquelle zum Sensor der Kamera zu leiten und das Bild zu erfassen. Die Linse wird dazu gebraucht, um den Abstand, die Schärfe und Blende einzustellen.

Bei Hobby- oder Consumer Kameras wird oft eine Linse benutzt, die in der Kamera integriert ist und deshalb nicht gewechselt werden kann.

Aufgaben wie die manuelle Einstellung der Blende oder des Fokus, kann innerhalb von bestimmten Grenzen vorhanden sein oder gar nicht möglich sein. Die automatischen Einstellungen der Kamera können den Benutzer ablösen von diesen Aufgaben, jedoch beschränken sie auch den Spielraum der Kreativität.



Der Bildsucher ist das, durch was der Fotograf guckt, um das Bild zu erfassen und zu fokussieren. Der Bildsucher ermöglicht die Steuerung über das Kamerabild. Neuere Camcorders haben zusätzlich einen LCD oder manchmal einen TFT LCD Bildschirm.
Für professionelle Kameraarbeit ist der Bildsucher jedoch der wichtigste Kontroll Beweis, da LCD und TFT LCD Bildschirme nicht präzise genug sind. In erster Linie ist die präzise Einstellung der Schärfe viel überschaubarer mit dem Sucher. Hoch qualitative Sucher sind oft Schärfe des Bildes ermöglicht. schwarz und weiß, da es einen härteren Kontrast gibt, der dann eine genauere Einstellung der der Schärfe des Bildes ermöglicht.

Normalerweise ist der Sucher in Consumer Kameras sehr klein und hat eine geringe Auflösung. Es ist nicht das Beste für eine Bildkontrolle und so wird es nur in Notfällen gebraucht, wenn man einen professionellen Film dreht, zum Beispiel wenn die Sonne scheint und man so gut wie nichts sehen kann auf dem LCD Bildschirm.



Das Aufnahmegerät ist ein System aus elektronischen und mechanischen Geräten, die dem Medium erlauben das Video zu speichern.

Über die Jahre wurden viele verschiedene Video Speicher Formate entwickelt. Für magnetische Videoaufnahme war da S-VHS, HI 8, Mini DV, Betacam, DV, DVC Pro oder DigiBeta. Jetzt dominieren Digital Media , XD oder SD Karten den Markt und Videoaufnahme ist weniger beliebt. Jedoch benutzen professionelle Fernsehstationen immer noch die Digital Betacam. Einige Stationen halten den Standard.







Ein **Mikrofon** ist ein akustischer Sensor, der Ton in ein elektrisches Signal konvertiert. Fast alle Kameras haben ein inneres Mikrofon, jedoch ist dieses Mikrofon nicht ausreichend für den professionellen Gebrauch. Das innere Mikrofon benutzt man meistens für die Aufnahme von Surroundsound (Atmosound).





Batterien liefern der Kamera Energie, wenn man vor Ort arbeitet. Batterien werden aber auch für die Arbeit im Studio eingesetzt, da sie dem Kameramann mehr Bewegungsfreiheit erlauben. Ein Standardset einer Ausrüstung sollte mindestens zwei Batterien enthalten.

Das Ladegerät liefert der Kamera Energie in Notfällen und ist zum Laden für leere Batterien zuständig. In Produktionsarbeit gibt es eine Vielzahl an Geräten, die parallel zur Kamera verwendet werden.

Professionelle Kameras verändern sich mit dem ganzen elektronischen Markt. Es ist ein essentieller Effekt der technologischen Entwicklung in den vergangenen Jahren. Die Kameras, die heutzutage produziert werden, sind deutlich anders, als die, die vor fünf bis zehn Jahren produziert wurden. Hier sind die üblichen Unterschiede:

- Speicherung in Form von einer Diskette, Aufnahme oder einer einfachen Memory Card, haben die Kassette ersetzt.
- HD ist praktisch ein obligatorischer Standard. Immer mehr Kameras können sogar in noch höherer Auflösung aufnehmen (2K oder 4K), deshalb werden diese oft als Filmkamera benutzt.
- Analog dazu wurden RCA Verbindungen durch moderne HDMI oder SDI ersetzt.

Für einige Jahre ersetzen Spiegelreflexkameras mit Video- und Tonaufnahme zunehmend die Kamera. Warum passiert das? Mit einem relativ geringen Preis und Accessoires für die Ausrüstung, können wir eine sehr gute Bildqualität erzielen. Dies steht im Zusammenhang mit der Optik und dem Gesamtaufbau der Kamera. Nur die teuersten Kameras können die gleiche Qualität und visuellen Effekte erreichen. Infolgedessen benutzen Video Produzenten die Möglichkeiten die Digitalkameras bieten (austauschbare Linsen, ein breites Spektrum).



Die Spiegelreflexkameras haben jedoch ein paar deutliche Nachteile. Erstens, diese Art von Kamera erfordert die richtige Ausrichtung. Wir benutzen für gewöhnlich Kameras, um Bilder zu machen- statische Aufnahmen, die im Bruchteil einer Sekunde auftreten.

Im Falle von Video-Clips, ändern sich Zeit und Bedingungen während der Dreharbeiten. Alle Arten von Bewegungen sind nicht nur möglich, sondern oft erforderlich. In der Praxis ist es jedoch sehr schwierig, die Ausrüstung und deren Einstellungen zu steuern.

Wenn man Spiegelreflexkameras als Aufnahmegerät benutzt, sollte man sich über einiges bewusst sein:

- Spiegelreflexkameras können nur eine Aufnahme wenige Minuten aufnehmen. Einen einzigen Schuss über diese Zeit aufzunehmen kann möglich sein. Es kann eine wichtige Begrenzung sein, wenn man lange Reden filmt.
- Die Konstruktion der Spiegelreflexkamera macht dieses Gerät mehr geeignet, um Fotos aufzunehmen, als Videos aufzunehmen. Das ist vor allem offensichtlich im Fall von Bewegung und Zoom, das nur sehr schwierig ist, ohne zusätzliches Equipment aufzunehmen. ´
- Eine Szene mit viel Bewegung innerhalb dieses Rahmens zu filmen, braucht einen erfahrenen Benutzer
- Am besten ist es, wenn man den Sound über das äußerer Aufnahmegerät aufnimmt, da die meisten Spiegelreflexkameras nicht die Fähigkeit haben, das Mikrofon in einem vernünftigen Level zu kontrollieren. Bei manchen Modellen ist es noch nicht einmal möglich, ein äußeres Mikrofon anzuschließen.

Trotz dieser Nachteile, kann die Spiegelreflexkamera eine sehr lebhafte Bildqualität hervorbringen und deshalb wird der Markt mit Accessoires für bessere Arbeit entwickelt. Die wichtigsten sind:

□□□□□□□□□Slider, Stativ und Steadicams für die Spiegelreflexkameras, um die Bewegung zu kontrollieren.

□□□□□□□□□□Das Follow focus system, um einfach die Umgebung während des Shootings zu ändern.

□□□□□□□□□□Ein LCD Vorschau Bildschirm, um besser die relevanten Details im Rahmen zu sehen.

Heute können fast alle neuen Handys Video und Ton aufnehmen: Außerdem können die stärksten Modelle Video in fast HD Qualität aufnehmen. Es ist also kein Wunder, dass Leute ihr Smartphone als Digitalkamera nutzen. Hat so ein Gerät einen Sinn aus Perspektive der Videoproduktion?

Zuerst sollte man sich bewusst sein, dass trotz der erstaunlichen Beschreibung und Spezifikationen der Smartphones , die professionelles Kameraequipment zu ersetzen scheinen, nie eine Profikamera ersetzen können. Die grundlegenden Grenzen ergeben sich von der Qualität und Größe der Linse, der Konstruktion des Geräts und seiner Funktionalität.

Jedoch sind Handy oder Tablet oft die einzigen Mittel, die wir zur Hand haben, deshalb könnte es passieren, dass wir gezwungen werden, sie zu benutzen. Falls dies passiert, merke dir:

- Arbeite nur in guten Lichtverhältnissen, um Bildstörungen zu verhindern.
- Kleine Handylinsen können das Verhältnis falsch wiedergeben.
- Fokussteuerung wird in den meisten Fällen automatisch begrenzt.

Wenn man ein Foto mit dem Handy macht, ist es wichtig immer die höchste Bild- und Tonqualität im Menü einzustellen. Die Aufnahme wird zwar nie die selbe Qualität haben, wie die von einer professionellen Kamera, aber ein guter Herausgeber kann trotzdem mit solch einem Material umgehen. Außerdem ist es wichtig, die Fotos horizontal aufzunehmen, so wie es bei der Kamera der Fall ist, und nicht im Portraitmodus. Das Bild sollte breiter als höher sein. Nur dann kann es leicht in Verbindung mit anderen Aufnahmen verwendet werden.

Es gibt auch Camcorders für einen speziellen Zweck auf dem Markt. Dank ihrem kompakten Design und umfangreiches Montagezubehör, können sie sogar Fotos in schwierigen Bedingungen machen. Diese Kameras könne an einem Motorradhelm befestigt werden, an einem Fahrradrahmen, an einem Auto, und sogar auch an einem Surfbrett oder einem Skistock. Das macht es möglich, Szenen zu drehen, die mit einer normalen Kamera sehr schwierig gewesen wären.

Solche Kameras erlauben nicht allzu viele Schauplätze, aber sie können fast überall ohne Probleme befestigt werden. Einige Modelle können mit einer speziellen Anwendung mit einem Smartphone oder ein Tablet bedient werden. Solche Geräte dürfen nur zusätzlich zu professionellen Camcordern verwendet werden, aber eine Überlegung ist es wert.

Klingen

In den meisten Fällen benötigt man zusätzliche Hardware und Fähigkeiten über die Kamera, um hochqualitativen Ton aufzunehmen.. Mikrofone und Ton Aufnahmegeräte, die direkt in die Kamera eingebaut werden, sind sehr hilfreich, aber oft unzureichend. In vielen Fällen müssen wir den andren Ausführungsformen widerstehen.

Fast alle Kameras haben ein inneres Mikrofon, aber es ist nicht ausreichend für den professionellen Gebrauch. Für besondere Aufgaben- zum Beispiel einem Interview, einem Report oder einem Dialog in einer Szene- benutzen wir äußerliche Mikrofone. Solche Mikrofone gibt es in verschiedenen Typen. Filmemacher entscheiden sich für das Mikrofon, das sie in ihrer bestimmten Szene benötigen.

-mini-jack 3,5 mm – eine kleine Verbindung, gleich wie die, die bei Kopfhörern benutzt wird , für gewöhnlich werden sie bei Amateurkameras benutzt.

-XLR- Rundstecker mit drei Pins, in professionellen Kameras verwendet.



minijack XLR

Vor dem Shooting sollte man wissen, welche Verbindung die Kamera braucht. Adapter sind passend für den Anschluss an den Camcorder. Manchmal gibt es auch andere Arten von Verbindern, wie RCA oder Jack , aber nicht im Fall der Mikrofone.







Professional cameras have the ability to connect up to two independent microphones. So they have two inputs.

Lampen

Um die gefilmten Objekte zu beleuchten, benutzt man verschiedene Lampen.. Sie unterscheiden sich im Aufbau und Technologie.

In Bezug auf ihre Konstruktion können wir über direkt montierte Lampen auf dem Camcorder sprechen (Top Light) oder unabhängige (befestigt auf speziellen Ständern oder Rampen). Der erste Typ gibt nicht viel Licht, aber ermöglicht eine schnelle Arbeit unter den Bedingungen wie ein Nachrichtenbericht. Solche Lampen sind oft batteriebetrieben. Ein Oberlicht wird vor allem in der Berichterstattung als Glanzlicht verwendet , wenn es nicht genügend natürliches Licht gibt und die Verwendung von Spot-Lichtern entweder zu kompliziert oder zeitaufwendig ist. Das Oberlicht wird an der Kamera befestigt und kann mit Strom von den Batterien versorgt werden.

Nicht dimmbares Oberlicht, kann sehr intensives Licht erzeugen, das Licht wird durch die Verwendung von speziellen Filtern geglättet. Dies kann beispielsweise notwendig sein, um starke Kontraste im Gesicht einer interviewten Person zu vermeiden.

Sie werden in den folgenden Kapiteln lernen, wie man die richtige Lampe wählt. Jetzt werden wir uns nur auf die Technik konzentrieren.

Derzeit gibt es drei beliebte Arten von Beleuchtung:

- Es nutzt Glühbirnen mit Strom aus 300 bis zu über 1000 Watt. Es erzeugt viel Wärme, aber auch wegen der einfachen Konstruktion und der geringen Größe, ist es sehr beliebt.
- Diese Art der Beleuchtung ist eine längliche Leuchte mit eingebauten kompakten Leuchtstofflampen. Es ist erst seit ein paar Jahren populär, weil die früheren Technologien nicht für die Herstellung von Leuchtstofflampen von angemessener Qualität zu ermöglichen war. Diese Lampen verbrauchen viel weniger Strom und erzeugen nicht viel Wärme. Sie geben ein weiches, ungerichtetes Licht.
- LED - eine relativ neue Technologie, die auf LEDs und Linsen basiert. LEDs geben eine hohe Lichtqualität, erzeugen wenig Wärme und verbrauchen sehr wenig Energie.



Manchmal benutzen Filmemacher auch andere Arten von Lampen. Die beliebtesten sind Entladungslampen. Sie bieten ein sehr starkes Licht (in der Produktion von Filmen nötig), aber sie verlangen große Mengen an Energie und brauchen oft besondere Aggregate, um zu arbeiten.

Stativ

Ein Stativ ein dreibeiniges Objekt und wird in der Regel als eine Plattform verwendet. Stative sind sowohl für unbewegte, als auch bewegte Fotografie geeignet, um unkontrollierte und unerwünschte Kamerabewegungen zu verhindern.

Sie reduzieren die Verwacklungen und erreichen somit die maximale Schärfe. Ein Stativ ist auch hilfreich , um den präzisen Rahmen des Bildes festzulegen. News Reporter verwenden oft keine Stative in ihrer Arbeit, weil sie schnell reagieren müssen. Um einen guten Schuss zu machen, ist die Kontrolle über den Filmrahmen erforderlich. Um dies zu ermöglichen muss die Kamera stabil sein. Auch wenn es unser Ziel ist, den Schuss in Bewegung vorzubereiten, sollte es doch nicht eine zufällige Bewegung sein. Es kann nicht chaotisch sein, und das Bild sollte nicht schütteln oder zittern.

Stative verfügen über einen Kopf, der verwendet wird, um glatte Bewegungen während der Dreharbeiten zu machen. Die Qualität des Kopfes ist einer der wichtigsten Parameter von einem Stativ. Ein Kopf von guter Qualität

läuft glatt. Es ermöglicht, sich in zwei Richtungen ohne Anstrengung zu bewegen, aber gleichzeitig setzt es eine ausreichende Widerstandsfähigkeit voraus , so dass die Kamerabewegungen glatt sind.

Jedes Stativ hat auch einen Anschluss mit dem es an jeden Camcorder oder Digitalkamera angeschlossen werden kann. Derzeit sind Standard-Anschlussbolzen häufig, so dass man sich keine Sorgen machen muss, ob es für Ihr Kameramodell geeignet ist, während Sie sich für ein Stativ entscheiden. Jede Kamera hat ein Stativ Anschluss an der Unterseite der Gewindebohrung, in die sie eingeschraubt ist. Aber bedenken Sie, dass das Stativ und seine Ausstattung (Stecker) individuell für jedes Modell sind.



Wesentliche Merkmale eines Stativs:

Arbeitshöhe - sowohl das Maximum und Minimum. Gibt an, in welchem Umfang wir die Kamera justieren können. Typischerweise wird die maximale Höhe der meisten Stative nicht wesentlich die Höhe eines Menschen übersteigen, so kann die Kamera in Augenhöhe oder auf Lautsprecher eingestellt werden.

- Die Art des Kopfes - professionelle Stativköpfe sind mit Spezialöl gefüllt. · Gesamt Qualität der Leistung und Stabilität. Obwohl niemand schwere Accessoires tragen will, ist ein gutes Stativ in der Regel nicht leicht. Dies steht im Zusammenhang mit Stabilität. Alles, Kamera und Zubehör, muss sicher und stabil sein.

Datenspeicherung

Eines der Merkmale, die die Kameras unterscheidet ,sind verschiedene Formate von Speichermedien , bei denen Daten aufgezeichnet werden. Sie können mindestens vier verschiedene Lösungen finden. Viele von ihnen sind nicht kompatibel.

Die beliebtesten Speichermedien . Es gibt sie in vielen Formaten, zum Beispiel Digital Betacam für professionelle Kameras oder miniDV für Amateur-Kameras. Kassetten unterscheiden sich in der Art, wie sie Daten lesen und schreiben, und in der Größe.

Tape. Es gibt verschiedene Kassettenformate, die derzeit in Verwendung sind, und sie sind nicht miteinander kompatibel. Sie sollten wissen, dass das Band durch neue Lösungen ersetzt, und es nicht wert ist, in eine Kassette für die Kamera zu investieren.

Speicherkarte (Flash). Speicherkarten sind billig und beliebt Medien. Sie werden beispielsweise in Digitalkameras verwendet. Sie ermöglichen die Speicherung großer Mengen von Daten in separaten Dateien. Datenzugriff ist einfach, es ist nicht nötig, das Band zurückzuspulen.

Flash-Recorder. Profikameras haben oft spezielle Flash-Recorder, die eine Kombination von einer Speicherkarte und Festplatte sind. Diese Medien können Daten in hoher Geschwindigkeit speichern, so dass Sie die höchste Qualität der Materialien aufnehmen können.

CD / DVD. Einige Amateur-Kameras können Material direkt auf eine CD oder eine DVD aufnehmen. Es ist eine komfortable Lösung für Amateure (wenn Sie sich das aufgezeichnete Filmmaterial direkt auf DVD ansehen wollen, ohne Bearbeitung), aber es wird in der Regel nicht in der professionellen Produktion verwendet.



Rückseite eines professionellen Camcorders. Auf der linken Seiten sieht man einen Schlitz für die Memory Card oder einen Flash Recorder.

Sonstiges

Neben der Kamera und Basis-Zubehör, haben professionelle Filmemacher auch viele zusätzliche Funktionen:

□□Boxen, Koffer und Taschen für einen sicheren Transport. Während des Transports ist es leicht, die empfindliche Elektronik zu beschädigen. Entsprechend konzipierte Koffer und Taschen ermöglichen den sicheren Transport.

□□□□□□□**Ladegeräte und Akkus.** Die entsprechende Menge von Batterien und anderes Zubehör sollte immer verwendbar sein. Die Aufnahme sollte nicht von verbrauchten Batterien unterbrochen werden, weil die Betriebskosten der Arbeiter sehr hoch sind.

□□□□□□□**Verlängerungskabel und Netzkabel.** Manchmal ist es notwendig, das Gerät an eine Stromverbindung anzuschließen. Dafür braucht man die passenden Kabel. Nicht nur die Länge ist wichtig, sondern auch die Höhe der Stromstärke.

□□□□□□□**Make-up-Box.** Die grundlegende Make-up-Kit ermöglicht eine Feinretusche während der Aufnahme. Am Set sollten Sie immer ein spezielles Puder verwenden.

Aufnahmen komponieren

Lernziele: Im Detail die Bedienung der Kamera kennenzulernen und Elemente wie Rahmen, Perspektive, Bewegung und die Beziehungen zwischen ihnen. Auf diese Weise erfährt der Teilnehmer die Kamera zu steuern.

Dauer: 03:00 Stunden

Zielgruppe: Bild & Werbe-Spezialisten, Public Relations -Spezialisten, Sales & Marketing-Spezialisten, Coaching-Spezialisten, Beratungsspezialisten, Schreib & Inhalt-Spezialisten

Neben den technischen Aufgaben, ist der Kameramann auch für die künstlerische Komposition des Films verantwortlich. Jeder kleine Schuss sollte sorgfältig geplant werden, da es bestimmte Informationen und Emotionen auf den Betrachter überträgt.
Kino Techniken wie die Wahl der Schuss-und Kamerabewegung kann einen großen Einfluss auf die Struktur und Bedeutung eines Films haben.

Grundlegende Einstellungen und Abhängigkeiten zwischen Ihnen

Um Material in hoher Qualität aufzunehmen, muss der Betreiber die Grundeinstellungen der Kamera für jede neue Aufnahme anpassen. Eine Menge von einfachen Consumer-Kameras können das automatisch, deshalb gibt es nur wenige Möglichkeiten, einige Einstellungen manuell anpassen. Die meisten der folgenden Funktionen stehen nur bei professioneller oder semiprofessioneller Ausstattung zur Verfügung.



Brennweite. Die Brennweite kann durch Drehen des Fokussierungsring am Objektiv eingestellt werden. Je nach Wahl der Brennweite, erscheint Objekte entweder in der Nähe (Telebereich) oder in der Ferne (Weitwinkelbereich). Zoom-Bewegung während der Dreharbeiten kann als künstlerisches Mittel eingesetzt werden. Heranzoomen auf ein Objekt oder eine Person kann die besondere Bedeutung für die Handlung betonen.

Ein weiteres beliebtes Mittel ist das Herauszoomen von einem Detail auf eine allgemeinere Sicht.

Zoomen hat eine besondere Wirkung und sollte mit Bedacht eingesetzt werden. Filme, die nicht professionell hergestellt werden, sind oft durch sinnlosen Zoom gekennzeichnet.

Fokus. Die Standarddefinitionen von Fokus sind:

1. Die Position, an welcher Lichtstrahlen von einer Linse konvergieren, um ein klares und scharfes Bild auf einer Bildebene zu bilden.
2. Die Wirkung der Einstellung des Abstands zwischen Objektiv um Lichtstrahlen zu konvergieren, um ein klares und scharfes Bild des Gegenstandes bilden.

Der Fokus wird verwendet, um den richtigen Abstand zwischen einem Objekt und einer Kamera anzupassen. Falsche Einstellungen - je nach Zustand des Lichts und der Brennweite – kann zu unscharfen Aufnahmen führen.

Um den Abstand richtig einzustellen, gibt es eine bestimmte Abfolge von Aktionen: Erstens muss das Hauptobjekt vergrößerten werden, dann muss der Fokusring des Objektivs verwendet werden, um das Bild zu schärfen und erst dann sollte der Bildausschnitt festgelegt werden, um endlich die Aufnahme zu starten .

Wenn sich die Akteure zu oder weg von der Kamera bewegen, ändert sich infolgedessen der Abstand, sodass die Schärfe während der Aufnahme eingestellt werden muss. Das gleiche muss für Bewegungen der Kamera durchgeführt werden.
Dies ist jedoch Teil der höher entwickelten Kameraarbeit und wird somit später näher erläutert.
Mit billigen Consumer-Kameras ist es oft nicht möglich, den Fokus manuell einstellen. Daher muss sich der Fotograf auf den automatischen Fokus verlassen. Für billige Kameras empfiehlt es sich daher nicht, eine nahe Brennweite (Telebereich) zu wählen, da in diesem Modus die Tiefenschärfe verringert wird.

Semi- professionelle oder professionelle Kameras arbeiten meist mit automatischen oder manuellen Fokus. Die meiste Zeit ist die manuelle Einstellung vorteilhafter: die automatische Fokussierung einer Videokamera ist nicht präzise genug. Nicht- professionelle Aufnahmen haben oft variable Schärfe.

Blende. Die Einstellung der Öffnung beeinflusst , wie viel Licht durch die Linse in die Kamera kommt. Je heller das Objekt selbst , desto weniger muss die Blende geöffnet werden (kleiner Wert = große Öffnung der Blende ; hoher Wert = kleine Öffnung der Blende).

Consumer –Kameras verfügen meist nur über begrenzte Möglichkeiten zur manuellen Einstellung der Blende. Professionelle Kameras haben aber einen speziellen Blendenring als Teil der Linse für diesen Zweck. Für viele Aufnahmen kann die automatische Funktion zu tolerierbaren Ergebnissen führen und kann verwendet werden, um zumindest einen Mittelwert zu berechnen. Wenn sich das Licht während der Aufnahme verändert, sollte die Blende manuell eingestellt werden.

Farbtemperatur und Weißabgleich

Es gibt drei verschiedene Modi des Lichts:

· Tageslicht
· Kunstlicht
· Mischlicht

Jeder dieser Modi hat eine unterschiedliche Farbtemperatur. Farbtemperaturen werden auf der Kelvin-Skala gemessen. Reines Tageslicht hat eine Farbtemperatur von 5600 Kelvin. Reines Wolframlicht, durch Scheinwerfer erzeugt, hat eine Temperatur von 3200 Kelvin.

Wenn Mischlicht in einem Raum mit künstlichem Licht und Sonneneinstrahlung durch die Fenster zu finden ist, können die Kelvin-Werte nur durch Lichtmessung berechnet werden. Das menschliche Auge passt sich automatisch an unterschiedliche Farbtemperaturen.

Das bedeutet, dass beispielsweise die Farbe Rot mehr oder weniger gleich aussieht, egal ob bei Tages- oder Kunstlicht. Bei Verwendung einer Kamera, ist das Verfahren komplizierter und wird durch den so genannten Weißabgleich geregelt. Wenn der Weißabgleich nicht richtig eingestellt ist, werden die Farben unnatürlich. Die Bilder haben einen blauen oder einen roten Ton. Weißabgleich hilft, die Kamera auf die jeweilige Farbtemperatur einzustellen.

Um die Farbe richtig wiederzugeben, muss die Kamera auf die weiße Farbbalance verwiesen werden. Um den Weißabgleich einzustellen, muss man die Blende und den Fokus der Kamera auf einen weißen Gegenstand richten (das sollte das ganze Bilderrahmen füllen, zum Beispiel ein weißes Blatt Papier vor ein Objekt halten, das gefilmt werden soll). Der Kameramann drückt den Knopf für den Weißabgleich und hält ihn gedrückt, bis die Kamera alle Farbwerte auf den Referenzweißwert anpasst. Eine Mitteilung erscheint im Sucher, die bestätigt, dass der Weißabgleich erfolgreich angepasst wurde.

Solange sich das Licht nicht bei den anschließenden Dreharbeiten ändert, gibt die Kamera alle Farben korrekt wieder. Viele Kameras haben voreingestellte Werte neben dem manuellen Weißabgleich. Voreinstellungen sind feste Werte für Tag- oder Wolfram-Licht.
Alle Kameras verfügen über einen automatischen Weißabgleich, dass unter bestimmten Umständen zu guten Ergebnissen führen kann. Allerdings ist die manuelle Weißabgleich -Einstellung immer vorzuziehen.

Gain. Mit der Gain-Funktion kann das Bild elektronisch aufgehellt werden, wenn nicht genügend Licht da ist. Consumer-Kameras machen es die meiste Zeit automatisch. Viele Profi-Kameras erlauben das Ein- und Ausschalten der Gain-Funktion. Diese Funktion verschlechtert die Bildqualität und wird deshalb nur in Notfällen eingesetzt.

Grundlegende Bildausschnitte

Die Wahl des richtigen Bildausschnitts (Größe) ist in der Kamera-Arbeit von grundlegender Bedeutung. Anfänger müssen verschiedene Arten von Aufnahmen zu studieren und ihren filmischen Blick trainieren. Die folgenden Arten von Aufnahmen werden häufig in Film, Video und Animation eingesetzt.

Establisher. Der Establisher ist der größte / breiteste Schuss und wird verwendet, um den Betrachter in die Umgebung eines Films einzuführen oder um die Lage zu präsentieren. Der Betrachter bekommt eine Vorstellung, über den Ort einer Handlung, zum Beispiel ein Dorf in den Bergen.



Totale (Totale). Die Totale zeigt die Lage ein wenig detaillierter als der Establishershot. Zum Beispiel: ein kleines Haus in einem Dorf , wo Kinder vor spielen, jemand kommt.



Knee Shot. In dieser Aufnahme stehen die Protagonisten (Hauptfiguren) oder einzelne Protagonisten im Mittelpunkt und werden von Kopf bis Fuß gezeigt. Beispiel: Zwei Personen diskutieren, die Tür öffnet sich und jemand kommt. Diese Person kann bereits durch den Betrachter identifiziert werden.



American Shot. Diese Aufnahme stammt von den Western Filmen und zeigt die Person vom Kopf bis zum Knie (einschließlich der Waffe). Ein American Shot zeigt deutlich Gesten, weil die Hände sind immer noch im Bild zu sehen sind. Beispiel: Jemand spricht mit einem Mann, der gerade aus dem Auto gestiegen ist. Die Frau ist nervös und steckt ihre Hände in ihre Tasche.



Medium Shot. Der Medium Shot zeigt den Oberkörper, Arme und Kopf des Charakters. Medium Shots sind relativ gut geeignet um Gesichtsausdrücke zu zeigen, aber auch um Körpersprache aufzunehmen.



Close Up. Die Nahaufnahme ist üblich bei Dialogen im Film, Interviews oder Reportagen. Die Person ist vom Kopf bis zur Brust zu sehen. Die Mimik und Emotionen sind leicht zu identifizieren. Kleidungsstücke, wie Hemden, Schmuck oder Krawatten, die Hinweise über die soziale Herkunft eines Protagonisten geben, sind auch im Bild zu sehen. Beispiel: Eine Frau spricht mit einer anderen Person und lächelt dabei.



Extreme Close Up. Die extreme Nahaufnahme konzentriert sich auf den Gesichtsausdruck. Selbst die feinsten Emotionen können vom Betrachter gesehen werden. Beispiel: Eine Frau ist offensichtlich überrascht über den Verlauf des Gesprächs. Sie versucht, ihre Gefühle zu verbergen, aber ohne Erfolg, weil ihr Gesicht verkrampft.



Detailed shot (insert shot).. Detaillierte Aufnahmen konzentrieren sich auf Objekte, die eine besondere Bedeutung haben oder Emotionen betonen.



Informative Aufnahmen mit komplexen Informationen sind oft von längerer Dauer (langsam geschnitten), so kann der Betrachter Erzählung mit Bild verbinden. Schnellere Schnitte bewirken das Gegenteil, erzeugen mehr Spannung und halten Aufmerksamkeit des Betrachters.

Die Zusammensetzung der Aufnahme beeinflusst, wie die Zuschauer die Übergänge zwischen den verschiedenen Aufnahmen wahrnehmen. Abhängig von der Dramaturgie, können Übergänge entweder fast "unsichtbar" oder sehr auffällig sein.

Grundbewegungen

Es gibt zwei Arten von Bewegung in Bildern.

Typ 1: Diese Bewegungen geschehen vor der Kamera, während die Kamera selbst fest ist. Beispiel: eine Person oder ein Objekt bewegt sich auf die Kamera zu oder in die entgegengesetzte Richtung, von links nach rechts oder umgekehrt.

Typ zwei: Diese Bewegungen ergeben sich aus der Arbeit mit der Kamera.

Beispiel: die Kamera bewegt sich auf ein Objekt zu oder beweget sich in die entgegengesetzte Richtung. Die Kamera schwenkt von oben nach unten oder umgekehrt.

Derartige Bewegungen werden oft in Kombination verwendet. Das bedeutet, dass die Kamera einer Person oder

einem Objekt folgt, das sich bewegt. Die Kamera bewegt sich frei durch den Raum, unabhängig von Personen oder Objekten.

Schwenk. Die Kamera bewegt sich horizontal von links nach rechts und umgekehrt. **Schwenk.** Die Kamera bewegt sich vertikal von oben nach unten oder umgekehrt.

Wie bewegt man die Kamera?

Für Verfolgungsaufnahmen (kontinuierlich), profitieren professionelle Filmproduktionen von verschiedenen technischen Geräten. Wir werden kurz auf einige von ihnen eingehen, auch wenn sie nur selten in anderen Bereichen eingesetzt werden.

Dolly. Ein Dolly ist eine fahrbare Plattform, auf der die Kamera montiert ist. Mit Hilfe von einem Dolly, werden fließende Aufnahmen gefilmt.

Es gibt verschiedene Wege für einen Dolly :
· Parallelantrieb : der Wagen bewegt sich parallel zum Objekt im Bild
· Frontantrieb : der Wagen bewegt sich in Richtung einer Person / eines Objekts
· Zurück fahren: der Wagen bewegt sich weg von einer Person / Objekt



Der Dolly kann auf einem Wagen sitzen oder auf den Spuren bleiben, wenn die Oberfläche nicht glatt genug ist. Kamerawagen werden oft motorisiert, so dass sie mühelos bewegt werden.

Kran. Ein Kran ist ein spezielles Gerät, das verwendet wird, um die Kamera hoch in die Luft zu heben und von oben zu filmen. Die Kamera kann über die Objekte schweben. Bei Konzerten oder Shows schwebt oft ein Kran über die Köpfe der Zuschauer.



Kräne gibt es in verschiedenen Größen und Arten.

Some cranes accomodate both the operator and the camera, but remote-controlled models that allow camera control from the ground are gaining in popularity. Such models are lightweight and easier to operate.

Professional TV stations often utilise fully-automated camera cranes that allow precise programming of their movement. Contrary to what it seems, crane operation does not need a lot of strength, thanks to the use of counterweight.

A steadicam is a stabilizing mount for a motion picture camera, which mechanically isolates the operator's movement from the camera, allowing a very smooth shot even when the operator is moving quickly over an uneven surface.

The dolly and steadicam are often used for a master shot. A master shot is a recording of an entire scene without a break.

> Example: a man goes into a building. He passes different offices and greets his colleagues until he reaches his own desk.

Master shots create bigger spatial depth and spatial orientation. They require very detailed planning and a well-considered choreography.



The precise use of the steadicam requires many hours of practice, because at the beginning it is difficult to control the camera inertia. Also important is the selection of the right equipment. Steadicam occurs both in a simplified version (see picture above), as well as more sophisticated, consisting of a specially fitted and balanced vest (or braces).

The development of DSLR introduced a new type of light drive systems video surveillance. It is based on a moving head rail on which you can lead DSLR camera. This system is a bit like the dolly, but it is much smaller, cheaper and easier to use. It is perfect where it counts the time, and camera movement does not have to be too broad.



Grundlegende Perspektiven

Die Kameraperspektive ist eine weitere filmische Technik, die die Wahrnehmung des Betrachters beeinflusst.

Augenhöhe. Die Augenhöhe Perspektive ist die natürlichste Perspektive den Menschen zu zeigen. Die Kamera ist, wie der Name schon andeutet, auf Augenhöhe. Diese Perspektive wird für Gespräche, Interviews etc. verwendet.



Perspektive von unten. In diesem Fall., ist die Kamera unterhalb der Augenhöhe und filmt die Person etwas von unten. Je nach Kontext eines Schusses, zeigt dieser Blick entweder Selbstvertrauen oder negative Eigenschaften wie Dominanz über eine Person. Aufgrund der geringen Differenz zwischen der Augenhöhe und der Perspektivevon unten, zeigen die Zuschauer meistens nicht viel Aufmerksamkeit dafür.



Eine Obere Ansicht ist das Gegenteil der unteren Ansicht. Die Kamera filmt eine Person etwas oberhalb. Diese Perspektive kann die Person in einem bestimmten Zusammenhang schwach oder süß zeigen.



Frosch und Vogelperspektive.

Eine Variation der beiden Perspektiven bedeutet von oben beziehungsweise die Frosch oder Vogelperspektive.





Je extremer die Schüsse des Protagonisten von oben oder unten sind, desto mehr steigert diese Perspektive die Aufmerksamkeit des Betrachters. Die Interpretation solcher Szenen, hängt von vielen anderen Faktoren ab. Es ist nicht immer richtig, dass eine Vogelperspektive eine Person machtlos wirken lässt und die Froschperspektive Herschafft vermittelt .Manchmal werden diese Arten von Perspektiven für kreative und experimentelle Zwecke verwendet.

Licht Design

Lernziele: Das Verständnis der Arten von Beleuchtungen, welche in dem Video verwendet werden und wie man sie je nach den Bedürfnissen und Bedingungen benutzt.

Dauer: 1 Stunde 30 Minuten

Zielgruppe: Bild-& Öffentlichkeits Spezialisten, Public Relation-Spezialisten, Verkauf & Marketing-Spezialisten, Coaching-Spezialisten, Beratungsspezialisten, Spezialisten für das Schreiben und dem Inhalt

Das menschliche Auge besitzt eine hervorragende natürliche Fähigkeit, sich an verschiedene Lichtbedingungen anzupassen. Technische Geräte wie Kameras sind nicht so anspruchsvoll, benötigen mehr Zeit, sowie spezielle manuelle Anpassungen um qualitativ hochwertige Bilder in verschiedenen Lichteinstellungen zu reproduzieren.

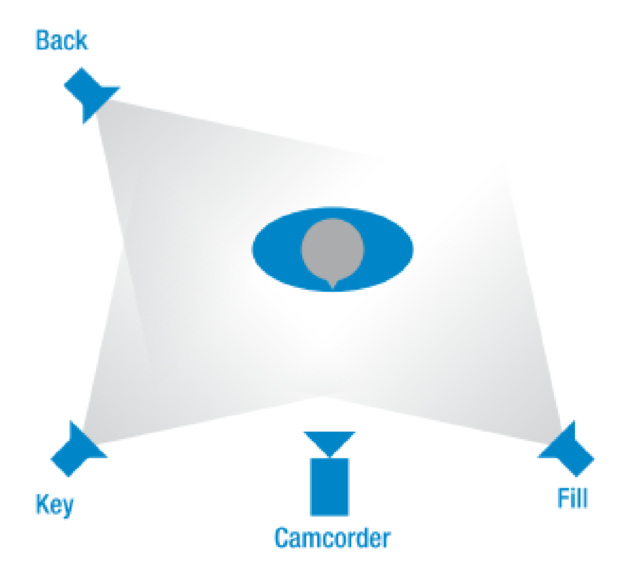
Kreatives Lichtdesign ist ein sehr komplizierter Prozess, der weit über die Zugabe von Licht, ein Bild heller zu machen, geht. Licht-Design hilft, um eine bestimmte Atmosphäre zu schaffen, sowie die gewünschte Stimmung für ein ganzes Bild zu erzeugen.

Eine detaillierte Erläuterung des Licht-Desigsn kann viele Stunden und Dutzende von Seiten in Anspruch nehmen. Das folgende Kapitel ist nur eine Einführung in die Grundlagen des Licht-Designs.

Dreipunkt- Beleuchtung

In Fernsehproduktionen ist die Dreipunkt-Beleuchtung der Standard für eine Aufnahme der Leute. Es wird für Interviews, Soaps oder Filme verwendet. Drei-Punkt-Beleuchtung setzt drei Arten von Licht frei: Haupt, Füll-und Hintergrundbeleuchtung

Hauptbeleuchtung. Die erste Art der Beleuchtung ist das Hauptlicht. Es ist das stärkste und bestimmt die Schattenform. Das Hauptlicht ist das erste, was ein wenig weg von der Kamera und leicht von oben positioniert wird, so das die Schatten nach unten werfen.



Der Zweck dieses Licht ist es, die Szene zu erhellen. Es ist auf der anderen Seite der Kameraachse befestigt und sollte blasser als das Hauptlicht sein. Die Aufhellung des Lichtes macht die Form der Schatten weicher welches durch das Hauptlicht verursacht wird. Mit einer Zwischenschicht, wird die Füllung glatter und erscheint somit auch natürlicher.

Hintergrundbeleuchtung. Die Hintergrundbeleuchtung ist über dem Hauptlicht positioniert. Die Hintergrundbeleuchtung gibt dem Menschen eine scharfe Kontur und wird somit vom Hintergrund hervorgehoben. Der Aufnahme scheint graphischer zu sein und gibt eine größere räumliche Tiefe.

Hintergrundbeleuchtung. Zusätzlich zu der Dreipunkt-Beleuchtung, kann ein Fotograf das Hintergrundlicht verwenden. Eine interessante Hintergrundfarbe kann zum Beispiel eine farbliche Zwischenschicht sein.

Draußen ist das Sonnenlicht die Hauptbeleuchtung, Die Sonne ist eine natürliche Lichtquelle passend zur Lichtlogik. Das Wort "Lichtlogik" bezieht sich auf realistische und natürliche Beleuchtungen. Wenn die Beleuchtung unrealistisch erscheint, nennt man es "dramatische" Lichtlogik. In diesem Fall sind die Lichteffekte von großer Bedeutung.

Licht Design durch Richtungen

Das Hauptlicht wirft frontales Licht auf die Person. Filmstars in den 40er und 50er Jahren bevorzugen diese Lichtart, weil sie die Menschen jünger erscheinen lässt. Direktes Licht wirft keine Schaffen sodass Falten und Hautunebenheiten nicht sehr Sichtbar sind. Seitliches Licht kommt von der Seite und wird in einem 90° Winkel zur Kameraachse ausgerichtet. Es wirft einen sehr deutlichen Schatten und verstärkt somit die dramatische Natur der Szene.
Im Falle vom Hintergrundlicht, ist die Lichtquelle über die Kamera und hinter dem Objekt oder der Person positioniert, Das Gesicht der Person bleibt im dunkeln. Diese Art von Licht wird oft in Horrorfilmen oder Thriller verwendet.

Qualität des Lichtes

Wenn eine Person von weniger starken Schatten umgeben ist, wird ein weicheres Licht benötigt. Weiches Licht wird von einer Zwischenschicht erzeugt, welches auf den Klappen der Hauptscheinwerfer befestigt ist. Der selbe Effekt wird durch eine indirekte Lichtpositionierung erzeugt. Für diesen Effekt muss der Scheinwerfer auf einen weißen Bereich oder einen Lichtreflektor ausgerichtet werden. Die reflektierten Lichtstrahlen sind indirekter und weicher. Zusätzlich haben die meisten Scheinwerfer, filter, die das Licht zerstreuen.

Um scharfe Schatten zu erreichen, muss das Licht direkt auf die Person oder das Objekt gerichtet sein.



Sound

Lernziele: Die Regeln für die Verwendung von verschiedenen Arten von Sounds in Videos, wie Musik-und Audio-Spezialeffekten verstehen

Dauer: 02:30 Stunden

Zielgruppe: Bild & Werbung-Spezialisten, Public Relation-Spezialisten, Sales & Marketing-Spezialisten, Coaching-Spezialisten, Beratungsspezialisten, Schreib & Inhalt-Spezialisten

Musik, Geräusche und Voice Overs werden bei allen Filmen und Videos hinzugefügt. Auch Stummfilme haben Musik. Sound-Design ist ebenso wichtig wie die Bildkomposition.

Ton während der Aufnahme

Kugelmikrofon . Der Ton wird aus allen Richtungen mit der gleichen Intensität aufgezeichnet, aber über einen relativ kleinen Bereich. Es ist am besten für Interviews in lauter Umgebung geeignet. Man muss direkt in das Mikrofon sprechen. Kugel-Mikrofone werden auch als Gesangsmikrofone verwendet

.

Lavalier-Mikrofon. Dies ist eine besondere Form des Kugelmikrofons, das klein ist und an der Kleidung befestigt werden kann, so dass es nicht sichtbar ist. Lavalier-Mikrofone sind sehr viel empfindlicher als normale Kugelmikrofone und sind am besten für Interviews in ruhiger Umgebung bestens geeignet.

Cardioids. Diese Mikrofone sind gut geeignet für Tonaufnahmen, wenn Störungen aus anderen Richtungen herausgeschnitten werden müssen. Sie sind empfindlich gegen Geräusche, die nur aus nur einer Richtung kommen, so kann sich präziser auf die Schallquelle konzentriert werden. Cardioids, können auch für Dreharbeiten, wo das Mikrofon nicht im Bild zu sehen sein soll, verwendet werden

Lobe: Dies ist ein hochwertiges Richtmikrofon (auch ein Noise Cancelling-Mikrofon genannt) und ist für laute Umgebungen geeignet. So wird es oft als Boom-Mikrofon verwendet. Wenn es direkt auf den Mund des Sprechers gerichtet ist, laute Hintergrundgeräusche (zum Beispiel Verkehrslärm) aus einem größerem Abstand vermieden werden.

Es gibt verschiedene Formen von Cardioids mit unterschiedlichen Eigenschaften.
Hyper Cardioids: Hyper Cardioids haben einen engeren Bereich der Front Empfindlichkeit und sind weniger empfindlich gegen Geräusche, die von der Seite kommen. Dies hilft, um Hintergrundgeräusche zu vermeiden und wird daher oft für Interviews in Berichten verwendet.
Super-Cardioids: die Front-Empfindlichkeit ist höher als die von Hyper Cardioids und schließt Hintergrundgeräusche noch besser aus.

Empfindlichkeit. Bei einigen Kameras kann man Empfindlichkeitsstufen einstellen, je nachdem, wie weit die Schallquelle vom Mikrofon weg ist.
Windschutzscheibe. Mit dieser Funktion können Sie die Empfindlichkeit des Mikrofons bei Wind verringern , aber in der Praxis verschlechtert sich oft die Qualität des Sounds.

Aufnahme mit externen Recorder

Unabhängig davon, welche Art von Mikrofon man wählt, bleibt immer noch die Frage nach dem Gerät, mit dem man den Ton aufnimmt. Professionelle Kameras haben in der Regel die Möglichkeit, zwei separate Mikrofone anzuschließen, und eine Einstellung der Parameter. In diesem Fall wird der Ton mit dem Bildschirm direkt im Speicher aufgezeichnet.
Aber was, wenn die Kamera kein qualitativer Sound Recorder ist? In diesem Fall können wir einen externen Recorder verwenden.



Dieses Gerät sieht aus wie ein digitales Diktiergerät und im Grunde erfüllt es auch die gleiche Aufgabe. Sein Vorteil ist die Fähigkeit, die Parameter genau einzustellen, um diese zu erfassen und zu kontrollieren.

Live-Sound-Mixing

Bei der Aufnahme von Ton am Set, behalte diese wesentlichen Elemente im Auge:

- Jedes Mikrofon sollte entsprechend der Bedingungen und Ziele der Aufnahme eingestellt werden. Eine andere Art von Mikrofon wird für die Aufnahmen des Hintergrunds verwendet, ein anderes für ein Interview. Einige Mikrofone benötigen eine eigene Stromversorgung (Batterie oder "Phantom"). Denken Sie daran, die Parameter des Kontrollgeräts an das Mikrofon anpassen.

- Die für den Klang verantwortlich Person ,sollte fähig sein, direkt bei der Aufnahme den Sound zu hören. Geschlossene Kopfhörer sind perfekt geeignet für die Soundeigenschaften. Dank geschlossener Kopfhörer, können sich Ton-Ingenieure auf ihre Arbeit konzentrieren und die Qualität des Sounds kontrollieren.

- Wenn Sie eine externes Audio-Aufnahmegerät verwenden, müssen Sie auf die Synchronisation von Bild und Ton zu Acht geben. Es ist wichtig für den späteren Prozess der Postproduktion. Benutzen sie einfach eine Klappe(clappboard).

•Beispiel: Wenn Sie die Kamera und Sound Recorder separat verwenden, wird der Editor separate Video-und Audio-Dateien erhalten. In der Praxis wird der Editor Schwierigkeiten mit der Synchronisation von Bild und Ton haben. Daher nehmen Sie, direkt nach dem aufnehmen das Clappboard auf, das die Nummer der Szene und die Aufnahme enthält. Darüber hinaus sagt die Person, die die Klappe hält, laut die Zahlen und macht einen Klatschen-Sound. Damit kann der Herausgeber einfach den Moment an die visuelle Wirkung und Sound anpassen.

•Off-Ton und On-Ton.
Der Ton in Filmen besteht aus verschiedenen Soundquellen. Erstens gibt es einen Unterschied zwischen Off-Ton und On-Ton. Im Fall des On-Tons kann die Soundquelle im Bild zu sehen sein, beispielsweise ein sprechender

Protagonist, ein Musiker oder ein vorbeifahrendes Auto. Beim Off-Ton, ist die Soundquelle nicht im Bild zu sehen , zum Beispiel die Stimme in einem Audio-Kommentar. So sind die Off-Töne Soundquellen, die ihren Ursprung nicht in der Situation haben, die im Bild dargestellt wird. Typische Off-Töne sind Kommentatoren, Effekt Geräusche oder Musik.
Der szenische Off-Ton ist eine spezielle Form. Die Soundquelle ist ein Protagonist im Film: während er/sie aber nicht in einer Szene zu sehen ist, kann man ihn/ sie hören. Dies kann aber auch auf Musik oder Sounds angewendet werden, welche den Ursprung deutlich in der Handlung des Films haben.

Musik

Die emotionale Wirkung von Musik in einem Film ist ein sehr wichtiges Element. Oft beeinflusst die Musik die Stimmung des Zuschauers sogar mehr als das Bild. Musik unterstreicht die Atmosphäre oder die Dramaturgie der Szene und schafft eine fassende Dynamik. In den folgenden Videos werden Sie die gleiche Sequenz mit 4 verschiedenen Arten von Musik sehen. Dieses Beispiel zeigt die Bedeutung und großen Einfluss von Filmmusik.

Die folgenden Musik Aspekte sollten berücksichtigt werden:

Tempo. Wenn eine Szene in einer recht dynamischen und schwungvollen Art gedreht werden soll, ist Musik mit einem schnellen Rhythmus notwendig. Ein typisches Beispiel ist eine Action-Szene. Sehr genaue Produktionen passen die Bearbeitung dem Rhythmus der Musik an. Im Gegensatz dazu wird langsame Musik in romantischen Szenen verwendet.Hier schafft die Musik eine ruhige und entspannende Atmosphäre. Für informative Sequenzen, sollte die Musik dezent eingesetzt werden und kein störendes Element für den Betrachter sein.

Instrumente und Stimmungen. Jedes Musikinstrument hat seine eigene Klangqualität. Darüber hinaus werden einige Instrumente mit besonderen Orten, Situationen, Motive oder Genres verbunden.

Beispiel: Mundharmonika = Western / Cowboys ; Dudelsack = Schottland; rauchiges Saxophon = Bar; Flamenco-Gitarre = Spanien; Akkordeon = Nachtleben in Paris. Abhängig von dem szenischen Kontext, haben diese musikalischen Klischees entweder eine informative, humorvolle, dramatische oder ironische Implikation.

Die Verwendung von Musik. Die Bedeutung eines Bildes kann durch Musik in vielfältiger Weise betont werden. Die Technik hebt die Stimmung einer Szene durch den Einsatz von Musik.

Beispiel: Glückliche Leute: fröhliche Musik, traurig Personen: traurige Musik.

Zeichentrickfilme entwickelten die so genannte "Mickeymousing"-Technik: jede einzelne Bewegung in einer Aufnahme ist mit einem Ton unterlegt. Jagd Musik ist typisch für Verfolgungsjagden, wie der Name schon sagt. Es ist eine Art von Jazz-Stil, mehrere Solisten improvisieren und wiederholen dies regelmäßig - sie haben eine musikalische "Schlacht", ähnlich wie bei der Schlacht auf dem Bildschirm.

Der akzentuierte Einsatz von Musik - anders als das Mickeymousing - hebt nur Partituren besondere Momente oder Bewegungen hervor, die wichtig für die Handlung des Films sind.

Gegensätzlicher Einsatz von Musik. Um die Zuschauer zu verwirren, um sie zu provozieren oder um ihre Aufmerksamkeit zu erregen, wird gegensätzliche von Musik verwendet. Die Partitur ist maßlos antagonistisch zu dem Bild.

Beispiel: eine Kriegs- Szene wird mit fröhlichen Musik unterlegt.

Polarisierender Einsatz von Musik. Hier wird ein neutrales Bild oder eine eher uninteressante Szene durch eine übertriebene Musik vereitelt. Diese Verwendung von Musik kann eine Manipulation oder ironische Wirkung zu erzeugen, je nach Kontext.
Beispiel: ein Politiker kommt ins Bild, und die Szene mit unheimlicher Musik unterlegt, scheint die Politiker seltsam oder bedrohlich zu sein.

Zusätzliche Sounds

F / X. Online-Datenbanken werden mit den Klängen der Schüsse, Treffer, Explosionen und so weiter gefüllt. Wir können einen „quietschenden Tür- Öffnungs Sound“oder verschiedene Arten von Schritten (zu Fuß auf Sand oder auf Beton-oder Holzboden) verwenden. Es bereichert Ihr Material durch zusätzliche Geräusche, die in der Natur vorkommen, kann aber bei der Aufnahme nicht registriert werden. Es ist jedoch wichtig, dass das nur eine Ergänzung ist, nicht ein dominierendes Element.

Hintergrund. Damit der Video-Soundtrack vollständig wirkt, sollten Sie die Sounds, die um uns herum auftreten, hinzufügen. Dies ist besonders wichtig, wenn die gleiche Ton-Aufnahme im Studio realisiert wird, aufgrund der Stille. Dann können wir deutlich den Mangel an Hintergrundmusik spüren.

Stille. Kann Schweigen eine Art von Sound sein? Sie werden es nicht wahrnehmen, auch wenn kein Dialog und keine Musik in einer Szene ist, fügen Ton-Ingenieure in der Regel etwas Lärm in den Hintergrund, da Stille sich unnatürlich anfühlt. Doch in einigen Fällen kann Stille eine geeignete Art von Klang und Aufbau der Atmosphäre bieten.

Design Grundlagen

Lernziele: Die Regeln der Bildzusammenstellungen erlernen.

Dauer: 2 Stunden 30 Minuten

Zielgruppe: Bild-& Öffentlichkeits Spezialisten, Public Relation-Spezialisten, Verkauf & Marketing-Spezialisten, Coaching-Spezialisten, Beratungsspezialisten, Spezialisten für das Schreiben und dem Inhalt

Die Kamera ist bloß ein technisches Gerät um alles so wie es ist aufzunehmen. Es ist ein großartiges Werkzeug für die Kreativität, den Selbstdarstellung und spontane Ideen. Wie auch immer bevor Sie damit beginnen, was die Kamera kann, müssen sie einiges über die Design Grundlagen lernen.

Goldener Schnitt

Wie es schon im vorherigen Kapitel erwähnt wurde, erwecken asymmetrische Bilder mehr Interesse und Spannung. Deshalb, mögen es die Fotografen mit den "drei Regeln" zu arbeiten, eine vereinfachte goldene Schnittregel, auch bekannt als "goldener Bereich" oder "angenommen Verhältnisse".

.





Die Regel sagt, dass das Bild imaginär mit zwei horizontalen und zwei vertikalen Linien geteilt wird. Zusätzlich zu dem goldenen Schnittprinzip sollte das ausgewählte Objekt entlang einer der Linien platziert werden oder direkt zwischen ihnen.

Passend zu dieser Regel sollte eine Blume oder ihre Blüte nicht rechts in der Mitte des Bildes, allerdings entlang der rechten Linie platziert werden.

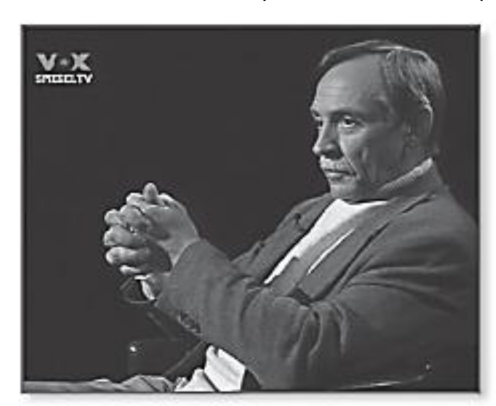
Bildkompositionen

Das Ziel der Bildkomposition ist es, Objekte oder Menschen auf eine effektive und anschauliche Weise anzuordnen. Bildkompositionen basiert auf der Goldenen Schnittregel.

Wenn Sie ein Interview aufnehmen möchten, sollten sie folgendes beachten:

1. Wählen einer angebrachten Kameraentfernung (Art der Aufnahme). Meistens ist es eine Nahaufnahme welche die Person ab der Brust aufwärts zeigt.

2. Position der Person im Bild. Erlauben Sie mehr Raum in der Sichtrichtung, deshalb platzieren Sie die Person im rechten oder linken Drittel des Bildes. Die Person sollte ein bisschen schräg zu der Kameraseite sitzen oder stehen. (um eine Frontalperspektive zu vermeiden, in der die Person flach aussieht. Versichern Sie sich das der Raum der über den Kopf ausbalanciert ist. (nicht zu viel, nicht zu wenig).





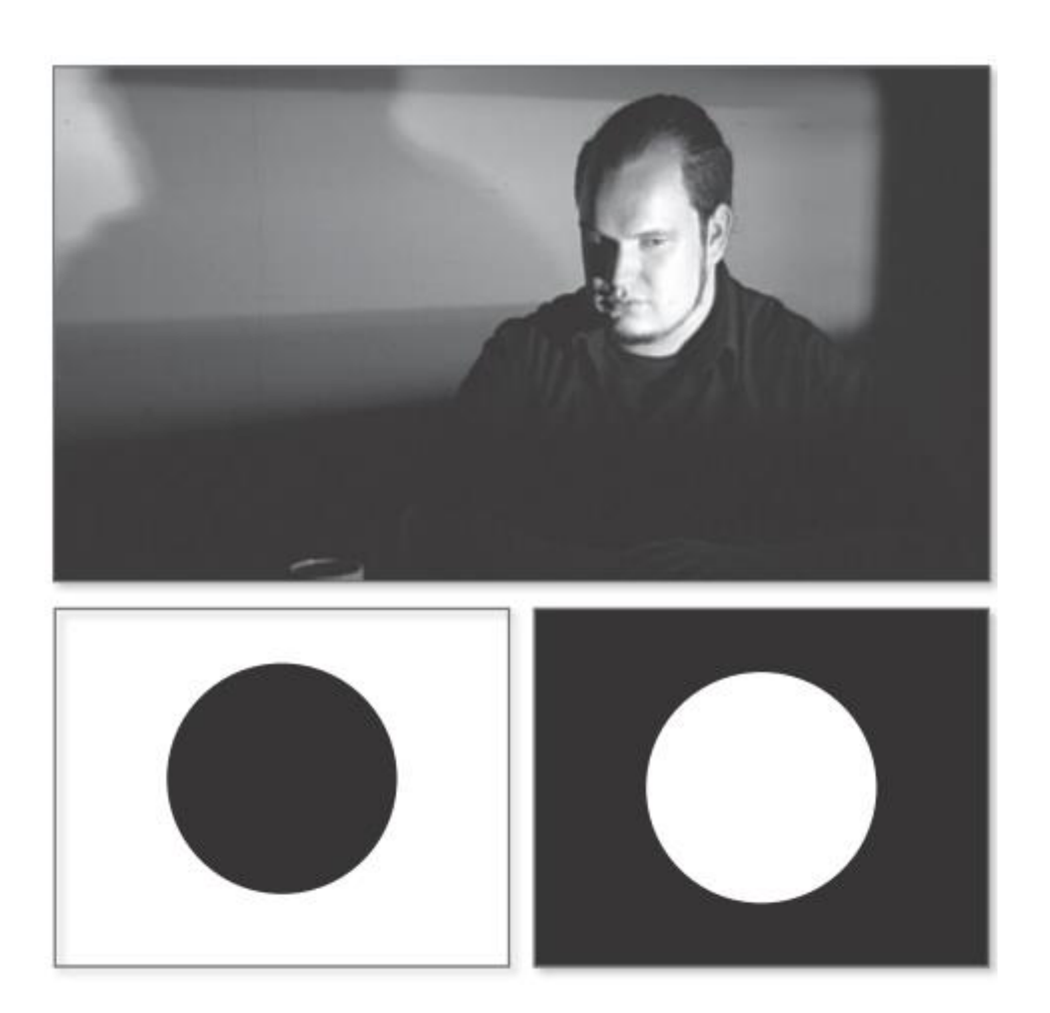
Linien & Kontrast

Linien und Kontraste sind Elemente, die die Wahrnehmung der Zuschauer auf das Bild beeinflussen. Linien helfen dabei, dass die Sicht auf verschiedene Teile des Bildes fokusiert werden oder führen die Augen über das Bild. Zusätzlich haben die Linien Einfluss auf die Emotionen der Zuschauer. Zum Beispiel produzieren vertikale Linien, Gefühle von Würde, Höhe und Stärke. Kontraste in Bildkompositionen helfen die Aufmerksamkeit der Betrachter auf das Interessenzentrum zu lenken. Die Positionierung der Elemente, um einen Kontrast zu erzeugen, verstärkt zusätzlich die Aufmerksamkeit des Betrachters.



´Hell/Dunkel Kontrast

Die beliebste Art der Kontraste ist möglicherweise der Hell-Dunkel Kontrast. Wenn ein weißer Kreis auf einem schwarzen Quadrat liegt, fokusiert sich der Betrachter automatisch auf die weiße Oberfläche. Im Falle des Hell-Dunkel Kontrastes wird die Aufmerksamkeit der Betrachter immer auf den hellen Bereich gelenkt.



Farbkontrast

Farbkontraste werden häufig als ein stilistisches Mittel in der Werbung verwendet. Zum Beispiel: wenn ein Bild aus mehreren Vierecken besteht, die alle blau sind, mit Ausnahme von einem, wird die Aufmerksamkeit des Betrachters auf das rote Viereck gelenkt. Farbkontraste können häufig bei Vorproduktionen hinzugefügt werden.





Teilkontrast

Das gleiche Beispiel kann für den Teilkontrast genutzt werden: in einer Auswahl aus mehreren blauen Vierecken ist nur ein rotes Viereck. Der Unterschied der Aufteilung zieht die Aufmerksamkeit auf das rote Viereck.



Kontrast der Form und Oberfläche

Wenn zwischen Vierecken nur ein Kreis ist, wird die Aufmerksamkeit des Betrachters direkt auf den Kreis gelenkt





Horizontal, vertikale oder diagonale Linien

Während horizontale Linien Harmonie, Ruhe und stillstehende Eindrücke entstehen lassen, stehen die vertikalen Linien für Dominanz, Energie und Stärke, Diagonale Linien erzeugen eine verheerende, unharmonische Dynamik oder eine angespannte Atmosphäre.

Horizontale Linien. Eine weite Aufnahme des Meeres erzeugt eine entspannte und harmonische Impression durch klare Linien zwischen Strand, Meer und Himmel.





Eine weite Aufnahme des Weißen Hauses vermittelt einen Eindruck von Stärke und Macht, die durch die vertikalen Linien erzeugt werden.







Eine Aufnahme des Waldes mit aneinanderliegenden Bäume verwendet diagonale Linien wodurch das Bild unruhig und unharmonisch wirkt. Der Betrachter wird den Eindruck haben, dass die Bäume auf ihn drauf fallen.

Grafiken und imaginäre Linien. Es sind zwei Arten von Linien im Bild. Grafische Linien zeigen die Objekte und deren Positionen. Beispiel: Stra0enschluchten, Landschaften, Positionen von einer Person in einem Raum.

Virtuellen Linien sind imaginäre Linien, die durch Bewegungen in einem Bild gezeigt werden, die man auch "Bewegungsvektoren“ nennt. Bewegungen können durch virtuelle Linien erzeugt werden. Blickrichtungen, auch genannt "Ansichts Vektoren" sowie Gesten erschaffen ebenfalls virtuellen Linien.

Symmetrie

Symmetrie und Asymmetrie erzeugen Dynamik oder Spannung in einem Bild.

In einem Symmetrisch angeordneten Bild, werden die Elemente auf der Achse gespiegelt, bei einem Asymmetrischen Bild sind diese willkürlich angeordnet.

Symmetrisch hervorgerufene Bilder , wie horizontale Bilder, zeigen einen harmonischen Eindruck. Diese Art von Anordnung kann langweilig wirken, wenn sie zu oft verwendet wird.

Um Interesse und Aufmerksamkeit des Betrachters zu erregen, müssen einige Bilder asymmetrisch angeordnet sein. Asymmetrie in Bildern ist dynamischer und viel interessanter.





Aufbau der Dramaturgie

Lernziele: Erlernen Sie die grundlegenden Methoden der Arbeit mit der Crew am Set und die Dramaturgie bei der Aufnahme.

Dauer: 1 Stunde 30 Minuten

Zielgruppe: Bild-& Öffentlichkeits Spezialisten, Public Relation-Spezialisten, Verkauf & Marketing-Spezialisten, Coaching-Spezialisten, Beratungsspezialisten, Spezialisten für das Schreiben und dem Inhalt

Aufbau

Dramaturgie ist die Kunst der Dramaturgie und der Darstellung der Hauptelemente des Dramas auf der Bühne. Dramaturgie kann weiter zusammengefasst werden, als nur die Gestaltung einer Geschichte in die richtige Form zu packen, die dann gespielt wird. Dramaturgie gibt der Arbeit oder der Performance eine Struktur.

Jede Geschichte , egal ob es ein Roman, ein Hörspiel im Radio, ein Film oder eine Fernsehreportage, benötigt eine Dramaturgie. Der Zweck einer dramaturgischen Erzählung ist es, zu unterhalten und die Aufmerksamkeit des Betrachters zu bekommen. Wenn ein Betrachter bei einem Film gelangweilt ist, ist etwas mit der Dramaturgie falsch.

Es gibt einige dramaturgische Modelle, die jeder Editor beachten sollte. Unter Verwendung der folgenden Modelle können helfen, einen interessanten Film zu erstellen.

Es gibt einige Modelle, die dramaturgischen jeden Editor sollte sich bewusst sein. Unter Verwendung der folgenden Modelle können sie helfen, einen interessanten Film zu erstellen.

Freytags Pyramide

Diese Grafik stellt die (idealen) dramaturgischen Zusammensetzung einer Erzählung da. Grundelemente dieser Struktur, können in fast allen Arten von Erzählungen gefunden werden. (Erfundene und nicht Erfundene Geschichten). Solch ein komplexes Modell mit Kurzformen wie TV-Berichte, kann nur mit einigen Einschränkungen angepasst werden.

Handhabung-Handlung-Ort

Ausstellung: In der Exposition, erhalten die Zuschauer, die Ausgangssituation, um die wichtigsten Hintergrundinformationen zu erfahren: Wer? Wann? Wo? Der Konflikt kommt langsam voran aber stetig.

Meistens wird der Konflikt aus dem Impuls heraus eingeleitet. Zum Beispiel ein Event oder eine Konversation.
Konflikt. Wenn der Konflikt zu seinem Höhepunkt kommt, werden die Möglichkeiten gezeigt, wie die Charaktere die Gegner und Hindernisse überwinden.

Ein Konflikt hat einen externen Ursprung (zum Beispiel: ein Schiff ist dabei zu sinken.) oder interne Gründe wie Selbstzweifel, Angst oder unerwiderte Liebe.

Wendepunkt: Seit Aristoteles, nennt man eine plötzliche Veränderung in der Erzählung „Peripetie“ und führt entweder zu einer positiven oder negativen Lösung des Problems.

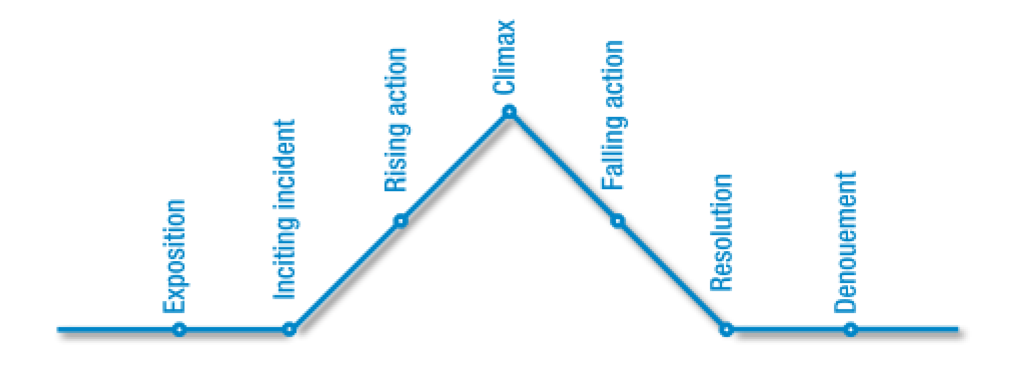
Der Abbau des Konflikts: Der Konflikt ist gelöst, und es wird klar, ob der "gute " gewinnt oder verliert. Für einen Betrachter, nimmt dies die Aufregung.

Fazit: Das Ende der Erzählung kann entweder geschlossen oder offen beendet werden. Zumindest muss ein offenes Ende, zeigen, in welche Richtung die Protagonisten in Zukunft gehen.
Handling - Plot – Points (Handhabung, Plot, Punkte) markieren die zentralen Momente, in denen neue Entwicklungen stattfinden werden. Sie werden auch als Wendepunkte bezeichnet, weil sie die Geschichte in eine

andere Richtung lenken.
Sehr oft haben solche HPPs einen überraschenden Effekt und erzielt die stärkste Wirkung, wenn der Betrachter es nicht erwartet.
Die Exposition und das Ende umschließen oft die Erzählung. Das passiert dadurch, dass die Protagonisten ähnlich spielen beim Beginn und Ende der Geschichte, und in der gleichen oder ähnlichen Situationen sind.
Beispiel: Zu Beginn der Erzählung, lebt der Protagonist Z glücklich mit seiner Familie. Im Laufe der Geschichte nimmt er an einer gefährlichen Militäroperation teil. Am Ende kehrt er, mit nur geringen Verletzungen, zu seiner Familie zurück.

Die Ausstellung und der Abschluss oft umarmen die Erzählung. Dies wird, indem die Protagonisten am Anfang und am Ende der Geschichte in der gleichen oder sehr ähnlichen Situationen handeln getan.

Beispiel: Zu Beginn der Erzählung, lebt der Protagonist Z glücklich mit seiner Familie. Im Laufe der Geschichte nimmt er in einer gefährlichen Militäroperation. Am Ende kehrt er, mit nur kleinen Läsionen, zu seiner Familie.



Elemente des Spannungsaufbaus

Kontraste: Emotionen ansprechen: zum Beispiel: Glück, Empathie, Traurigkeit. Humor wird immer von Zuschauern geschätzt, wenn es zur Geschichte passt.

Beispiel: arm und reich, jung und alt, gut und böse.

Retardation: Die Lösung des Konflikts oder der Höhepunkt wird hinausgezögert.

Beispiel: Kurz bevor ein Mann von einer Brücke springt, klingelt sein Handy, er antwortet, und dann springt er.

Suspense: Wissensvorsprung, der Zuschauer weiß mehr als die Protagonisten.

Überraschung: Die Zuschauer wissen weniger als die Protagonisten und sind von Ereignissen überrascht, die sie nicht voraussehen konnte.

Zeitsprung: Die Erzählung ist nicht chronologisch erzählt. Die Reihenfolge der Szenen schafft eine Art dramaturgischen Effekt, typische Beispiele sind Rückblenden oder Einblicke in die Zukunft.

Die Arbeit auf der Bühne

Eine der größten Herausforderungen bei Multimedia ist, die enorme Vielzahl von Aktivitäten zu beherrschen. Es ist besonders schwierig, wenn man an einem fremden Ort und mit Menschen, die Sie nicht gut kennen, arbeitet. Dies geschieht sehr oft bei einer Videoproduktion.

Bühnen-Organisation. Es ist wichtig, bestimmte Gewohnheiten zu entwickeln, um somit in der Lage zu sein, die Arbeit auf dem Set zu steuern. In der Tat, ist während der Aufzeichnung die wichtigste Sache die Zeit, bevor diese beginnt. Das Video selbst zeigt letztendlich, ob diese Zeit ordnungsgemäß verwendet wurde.

Während der Dreharbeiten können Sie das Szenario der Produktionsunterlagen mehrmals ändern. Sie sollten sich nur vergewissern, dass jedes Mitglied des Teams die gleiche Version hat.

Die Regeln von Arbeits- und Selbst-Disziplin sind sehr wichtig. Es ist leicht, die Kontrolle über die Situation zu verlieren. Dies kann zu zusätzlichen Verzögerungen führen. Eine effizienter Regisseur und Videoproduzent ist in erster Linie ein guter Organisator. Wenn mehr als 10 Menschen an einem Film arbeiten, werden Sie eine Person brauchen, welche die organisatorischen Fragen behandelt.

Kontinuität. Für das Publikum ist es wichtig, dass es Kontinuität zwischen den Aufnahmen und Szenen gibt. Dies drückt sich vor allem in der Pflege der Details aus, die einfach zu vergessen sind bei der Arbeit am Set.

Oft werden Serienaufnahmen und Szenen nicht am selben Tag aufgezeichnet. Es sollte darauf geachtet werden, dass die Charaktere gleich gekleidet und gekämmt sind. Dies gilt auch für wichtige Elemente der Dekoration .

Obwohl die detaillierte Planung der Szenen hilft Probleme zu vermeiden, ist es ein gutes Zeichen, wenn der Regisseur die Folgen seiner spontanen Entscheidungen vorhersagen kann, die unerwartet das endgültige Ergebnis beeinflussen können.

Filmschnitt

Lernziele: Erwerbung praktischer Fähigkeiten in Videobearbeitung (Workshop)

Dauer: 4 Stunden

Zielgruppe: Fachkräfte in Darstellung & Öffentlichkeit, Öffentlichkeitsarbeit, Verkauf & Marketing, Coaching, Bearatung, Schreiben und Inhalt

Was ist der Schnitt? (Was ist editieren?)

Dieses Kapitel zeigt die Grundlagen des Filmschnittes und gibt eine Einleitung in die Bearbeitungsprogramme (professionelle und unprofessionelle Systeme).

Filmschnitt ist Teil des Nachbearbeitungsprozesses für die Fertigstellung eines Films. Es beinhaltet die Auswahl und kombiniert die Filmaufnahmen, verbindet das Ergebnis der Abfolgen, und letztendlich die Fertigstellung eines Films.

Auf dem grundlegenden Level ist Filmschnitt die Kunst, Technik und Übung Szenen in ein zusammenhangendes Gesamtes zu bringen. Ein Cutter ist eine Person, der Filmschnitt übt durch das Zusammenführen von Filmmaterial.

Abfolge erstellen

Grundsätzlich sind während der Nachproduktion die Einheiten folgendermaßen definiert:

- *Take.* Ein einzig durchgehend aufgenommener Auftritt vom Start bis zum Stop der Kameraaufnahme. Dies ist der kleinste Bestandteil.
- *Szene.* Ein durchgehender Block der Geschichtenerzählungen ist entweder in einem einzigen Standort festgelegt oder folgt einem bestimmen Charakter. Szenen werden aus Filmaufnahmen zusammengestellt.
- *Sequenz.* Die Folge von Szenen.
- *Act.* Üblicher technischer Bestandteil: Eine Rolle auf 35mm Film mit einer Länge von 300m. Wird eigentlich nicht benutzt bei einer Video-Produktion.

Aspekte von Bildmontagen

Die Hauptaufgabe eines Cutters ist es, die individuellen Aufnahmen zu bearbeiten und diese in eine Szene darzustellen. Szenen sollten in einer logischen Reihenfolge erstellt werden.

Im Ergebnis sollte das bearbeitete Material dem Drehbuch entsprechen. Außerdem können Filmaufnahmen und Szenen mit Musik, Animationen oder anderen Effekten bereichert werden. Es gibt viele Wege den Inhalt des Films zu bereichern. Manche von ihnen werden später behandelt. (Siehe unten: beste Praktiken und Tricks).

Arbeitsablauf (Editieren)

Die meisten Schnittprogramme arbeiten auf einer ähnlichen Grundlage und enthalten folgende Bestandteile:

-Projektordner

-Zeitplan

-Vorschau

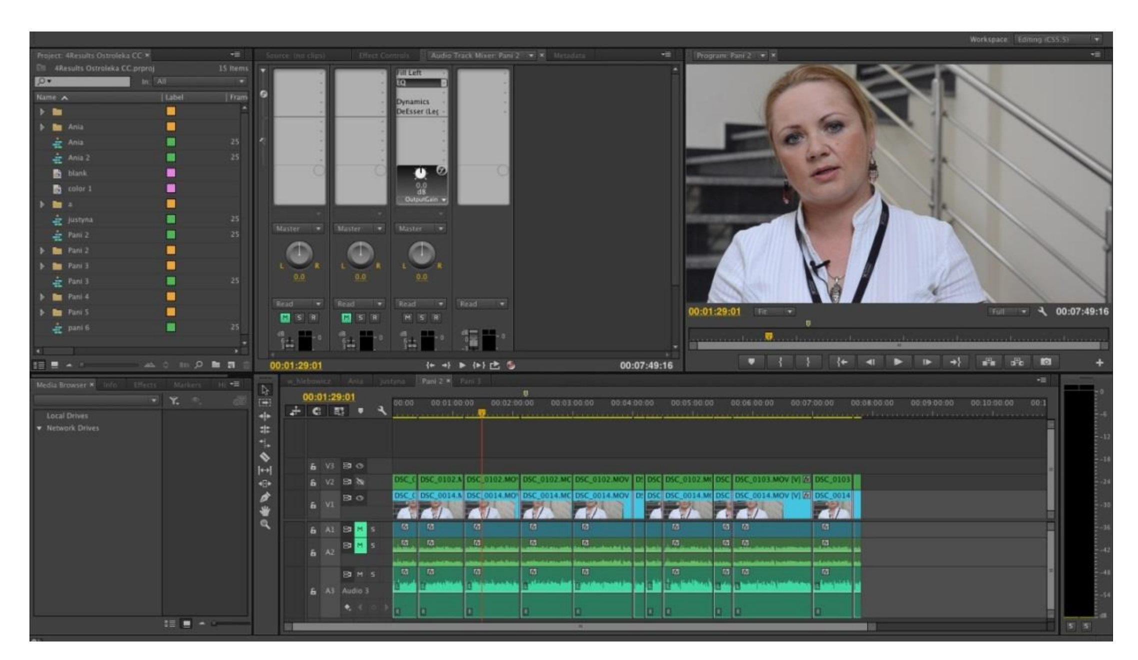
-Effekte

Manchmal haben diese Elemente andere Namen. Fast jede Software ist unterschiedlich, aber der Kern bleibt der gleiche. Die Bedienung ist leicht: Sie sollten Ihr Filmmaterial in der richtigen Reihenfolge entsprechend in den Zeitstrahl anordnen und diese dann mit Effekten erhöhen.

Wir werden Ihnen ein paar wichtige Bearbeitungsabläufe mit grundlegenden Bestandteilen zeigen.

Bewertung bekannter offline Schnittssteme

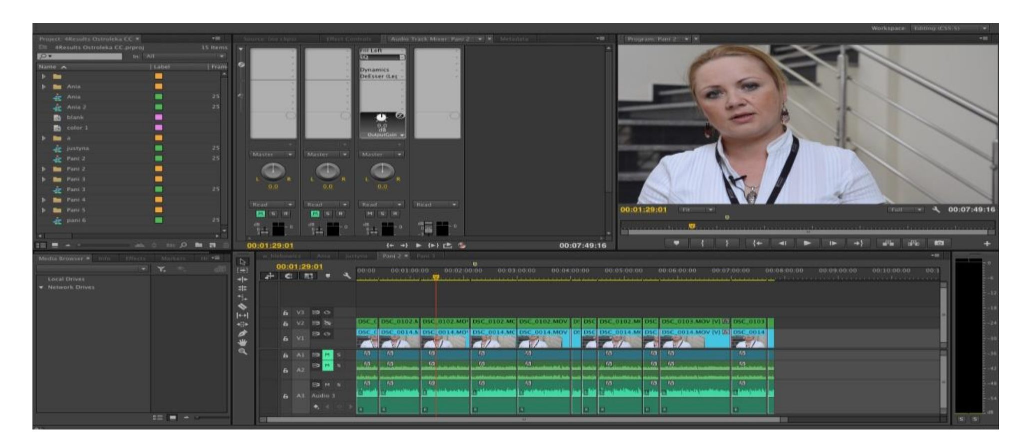
Adobe Premiere. Adobe produziert einige Computerprogramme für die Erstellung von Medieninhalten. Die beliebtesten sind Photoshop (Bildverbesserung), Illustrator (Vektorgraphik), InDesign und Premiere, welches für die Videobearbeitung genutzt wird.



Gesamte Übersicht über Adobe Premiere



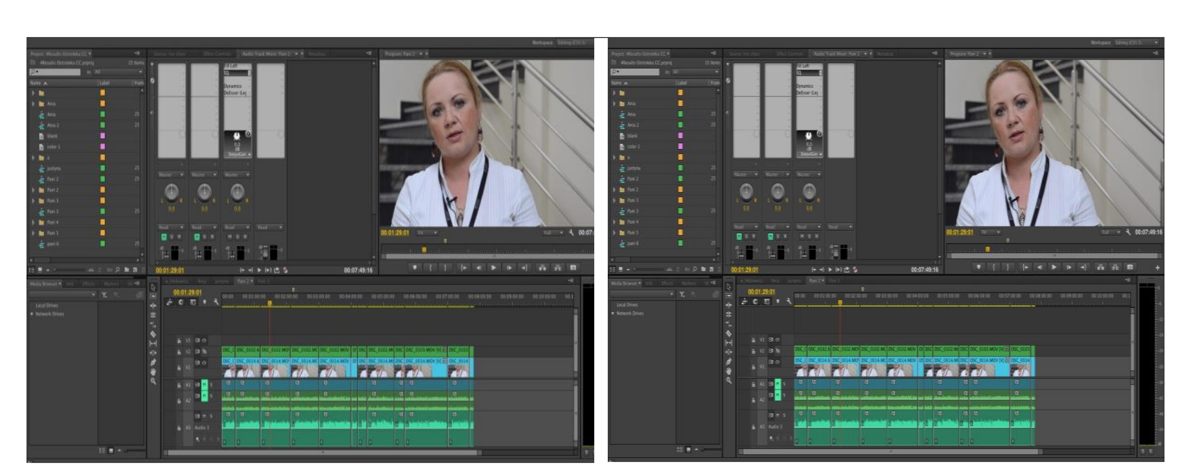
Project bin: hier können Sie all ihre Ursprungsdateien (Filmaufnahmen, Grafiken, Musikstücke, Titel, etc., ablegen. Außerdem können Sie alle vollständigen Sequenzen des Bearbeitungsmaterial hier speichern bevor Sie diese exportieren.



Projekt Zeitplan: Hier können Sie alle Ursprungsdateien in die richtige Ordnung bringen. Sie können mehrere Video- und Audiopfade (V1, V2, V3 ..., A1, A2, A3) verwenden. Farbig angezeigten Blöcken im Zeitstrahl sind die einzelnen Aufnahmen.

Projekt- Vorschau. Hier können Sie sich die Ergebnisse Ihrer Arbeit ansehen. An der Unterseite sind ebenfalls sichtbare Schaltflächen zur Bearbeitung der verschiedenen Aufnahmen. Sie können sich die gesamte Linie der Zeit oder die individuelle Erkennung anzeigen lassen.

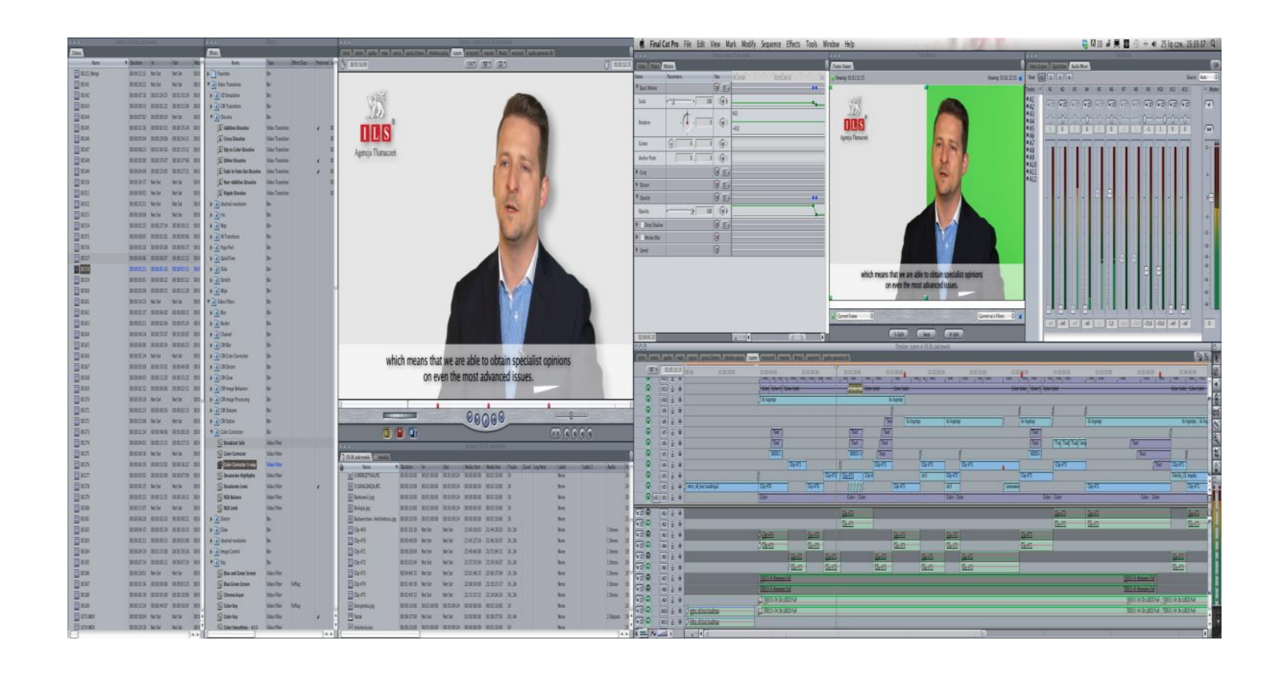




Mixer, Medien Browser und Effekte- hier können Sie ihr Video verbessern.

Sie können zum Beispiel in dem linken Fenster mehrer Audioquellen mischen, einschließlich: Lautstärke, Kanäle, Schwankungen, Effekte etc.

Endgültiger Schnitt



Avid.



Was tun, wenn Sie ein nicht so fortgeschrittenes Programm zur Verfügung haben?

Wenn Sie keinen Zugang zu teuren Schnittsystemen haben, können Sie auch die Software benutzen, die auf fast jedem Computer verfügbar ist.

Solche Programme bieten nicht allzu viele Funktionen an, aber in den meisten Fällen reichen diese aus. Sie können diese für die Grundlagen des Videoschnittes benutzen, bevor Sie sich für einen professionelleren Ablauf entscheiden.

Windows Live Movie Maker ist ein Teil von Windows OS. Sie können dieses Programm von der Microsoft Webseite downloaden und kostenlos auf ihren Computer installieren. Jedoch ist Movie Maker eine sehr einfache Software und kann nicht für aufwändigere Projekte genutzt werden.

IMovie ist ein Programm das mit dem Mac OS zusammenhängt. Sie müssen nichts installieren, wenn Sie bereits ein Macbook, iMac oder Mac-Nutzer sind. Dieses finden sie nur in den Programm Bin. IMovie ist etwas weiterentwickelt, aber dennoch eine Amateur-Software.

Heutzutage gibt es Programme die direkt über das Internet laufen. Diese Anwendungen werden durch den Browser zur Verfügung gestellt und erfordern keine Installationen. Sie müssen nur Ihre Inhalte auf den

App-Server Hochladen und online bearbeiten. Allerdings benötigen Sie eine stabile und schnelle Internetverbindung.

Was benötige ich zum Starten?

Bei der Videobearbeitung wird vor allem ein sehr leistungsfähiger Computer benötigt. Einfache Bearbeitungen können auf jedem modernen Computer durchgeführt werden, jedoch ist die Wartezeit für die Verarbeitung von Szenen und Aufnahmen (Übertragung) ein Schlüssel. Rendering erfordert einen effizienten Computer, da es eine Menge von Ressourcen benötigt.

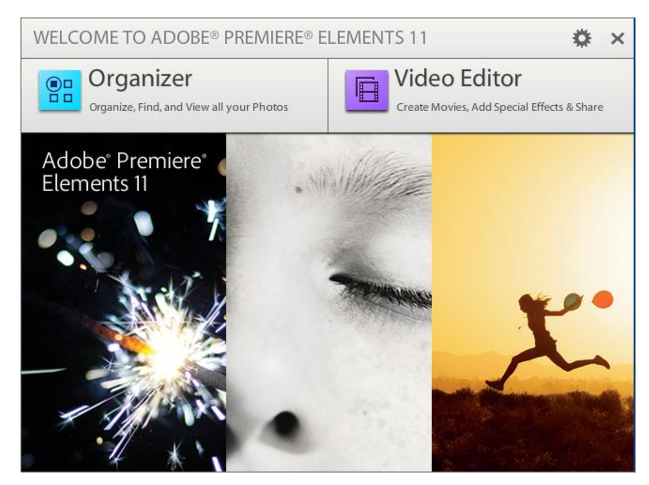
Manchmal arbeiten die Editors an einem Lap Top. Das bearbeiten von größeren Projekten könnte an einem tragbaren Lap Top schwierig werden, aber kleinere Bearbeitungen sind auf diese Weise möglich.

Die besten Methoden und Tricks

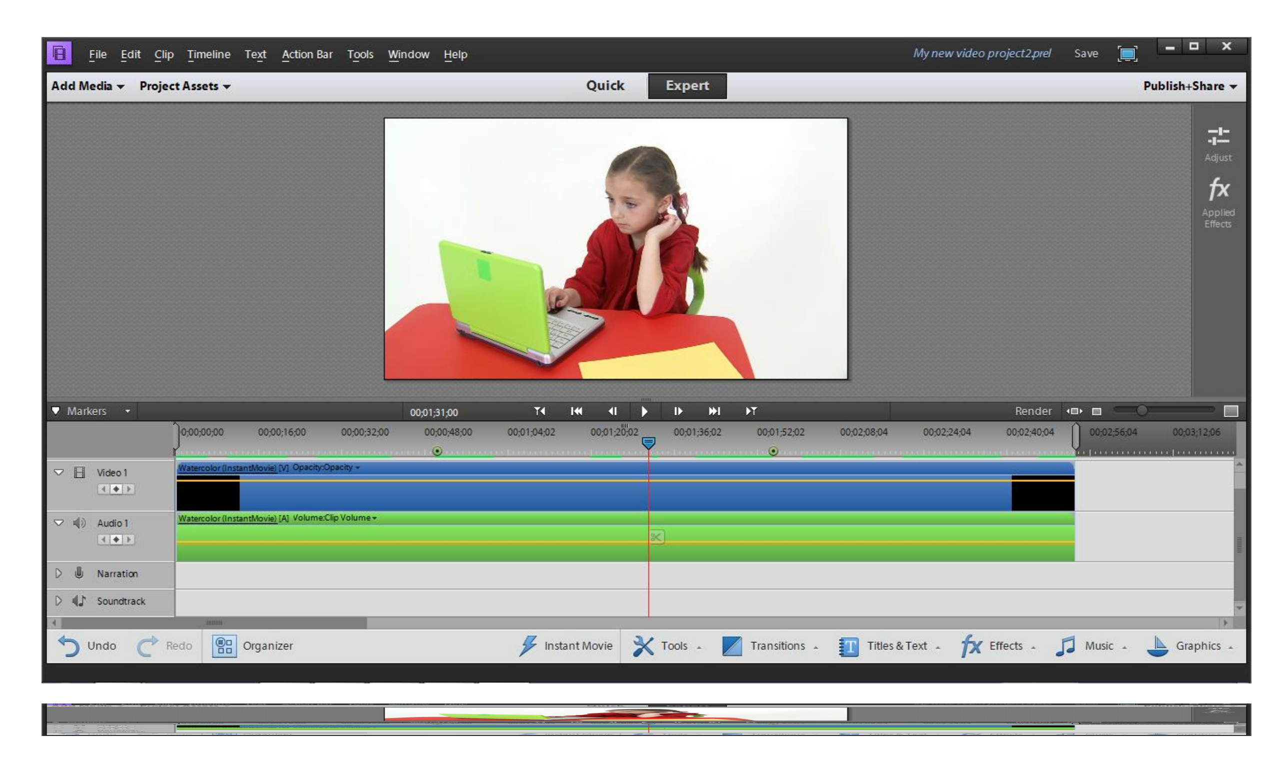
In unserem Handbuch zeigen wir Ihnen im Detail die spezifischen Maßnahmen die zu einem Film-Editor führen. Um die professionellen Programme zu verstehen und einen störungsfreien Arbeitsablauf zu ermöglichen, nimmt es viel Zeit in Anspruch. Wir werden Adobe Premiere Elements benutzen , da dies eine etwas vereinfachte Version als Adobe Premiere Pro ist. Dieses Programm ist leicht zu erlernen und beinhaltet dennoch alle Schlüsselelemente.

Nachdem Sie das Programm gestartet haben, erscheint die Willkommensseite. Sie können zwischen zwei Optionen wählen:

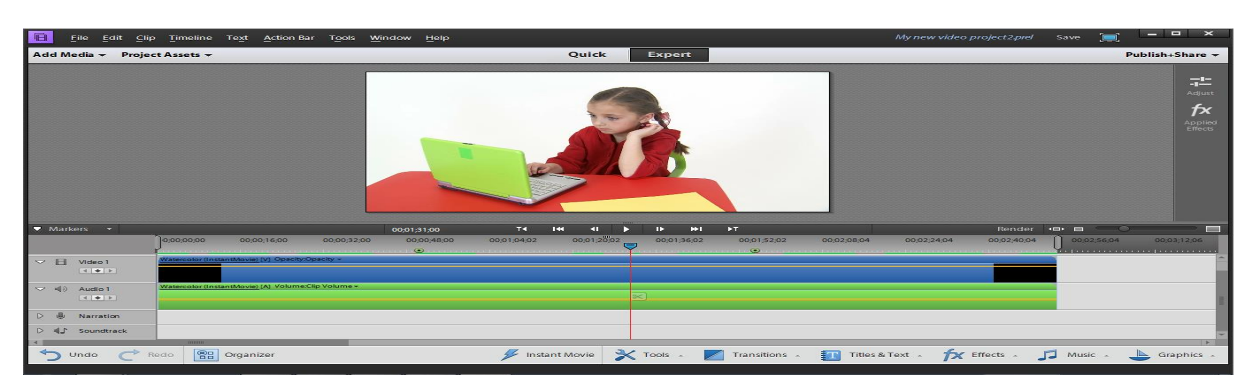
- Organisator- zum anordnen, finden und zeigen aller Ausgangsdateien wie zum Beispiel Videos, Fotos und Musik.
- Videoeditor – zur Erstellung von Videos mit Speziellen Effekten und zum teilen.



Wir wählen den Videoeditor und warten um ihn anzuschalten. Sie können zwischen existierenden Projekten oder komplett neu aufgebauten Projekten wählen. Wählen sie neue Projekte aus und warten Sie ein paar Sekunden.



Hauptwerkzeug.



Vorschau –Fenster mit Kontrolle

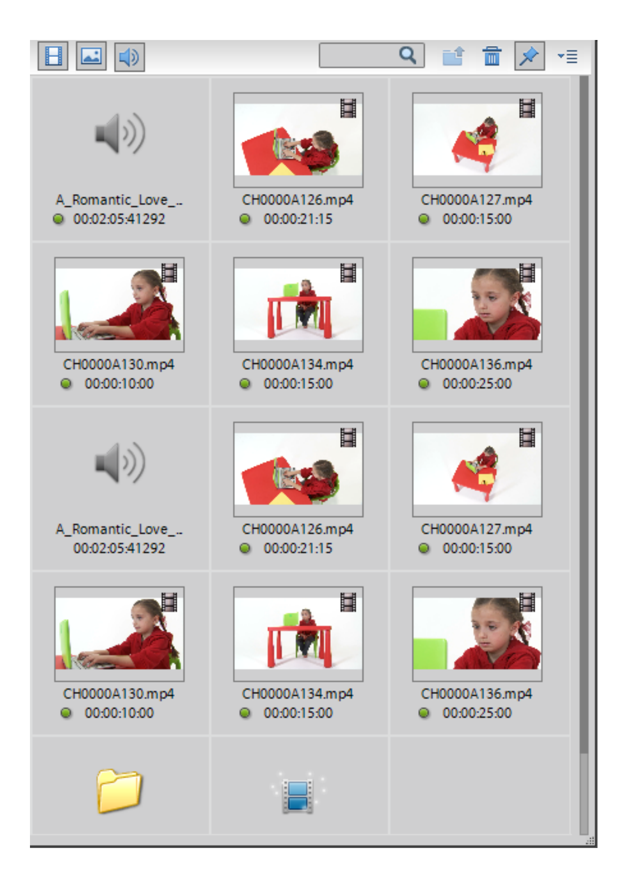


Zeitstrahl mit Werkzeug, Filter und Effektband. Der Zeitstrahl hat verschiedene Spuren für Videos und Lautstärke. Sie können die Anzahl der Spuren ändern oder ordnen. Manche Spuren können versteckt oder gelöscht werden.

Um Quelldateien in die Timeline oder Projektordner zu importieren, muss man Add Media wählen, danach Select Source. Man kann Mediendateien direct vom Camcorder (durch USB oder Fire-Wire) importeieren oder ganz einfach auch von Hard Disk oder Memory Card. Ab da sind alle Dateien fertig zur Weiterverarbeitung.

Add Media panel. Wie man sieht, kann man Mediendatein aus vielen verschiedenen Quellen hinzufügen wie z.B. Drives, Camcorder, Webcams oder digitale Fotokameras.



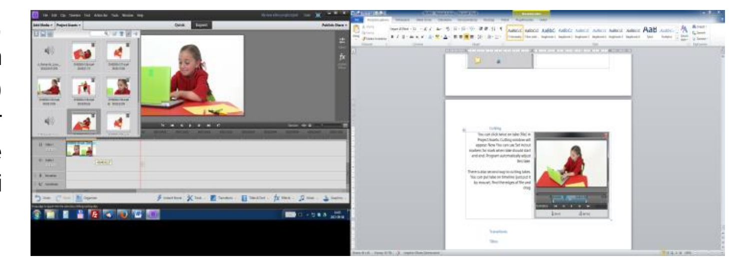


Ab jetzt hat man alle Dateien ins Project Assets panel importiert. Es ist von Vorteil, wenn man alle relevanten Mediendateien sammelt bevor man mit dem Schnitt anfängt. Es hilft einen dabei Ordnung zu halten.

Sie können auf Take (Datei) im Projekt Assets doppelt anklicken. Das Cutting-Fenster erscheint. Nun können Sie in / out Marker setzen, um zu bestimmen wo der Ausschnitt anfangen und enden soll. Das Programm stellt automatisch diese Aufnahme ein.

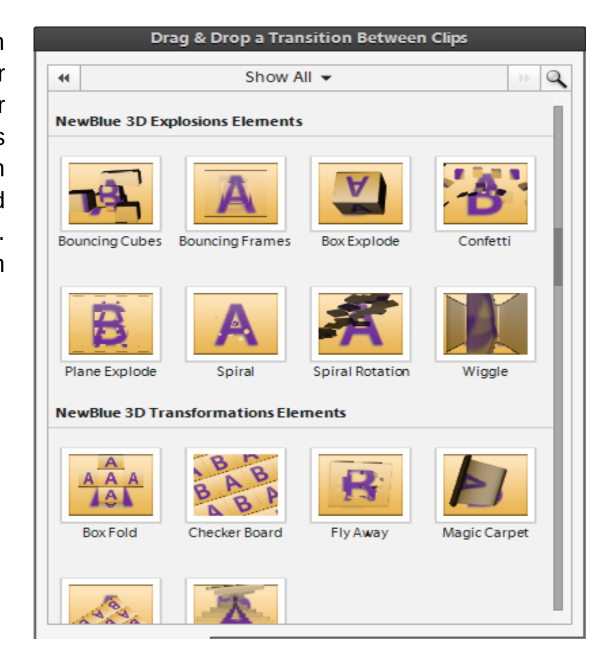


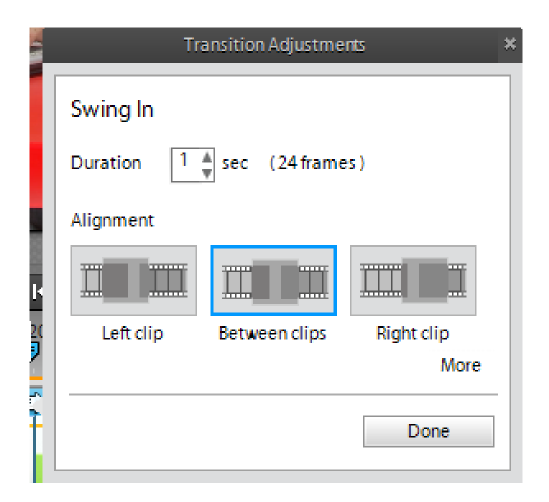
Es gibt auch eine zweite Möglichkeit, zu Schneiden. Sie können take on timeline (mit Hilfe der Maus) einstellen. Finden Sie die Enden der Datei und ziehen Sie es in die Timeline. Reduzieren Sie die Datei auf die gewünschte Länge.



Sie können beide Arten verwenden. Es ist nur wichtig, dass Sie Ihre Schnittgewohnheit in der Praxis überprüfen. Wenn Sie nicht sicher sind, wie zweiEinstellungen kombiniert werden können, experimentieren Sie. Denken Sie daran, sich an die Prinzipien zu halten von denen im vorherigen Abschnitt die Rede war.

Man kann jegliche Aufnahmen miteinander verbinden indem man diese einfach hintereinander legt oder diese über einen Übergangseffekt verbindet. Der Effekt kann über das Menü unter der Transitions Timeline gewählt werden. Sie können aus Dutzenden von verschiedenen Übergänge zwischen einfach und sehr komplex wählen.
Per Drag & Drop-Effekt auf die Timeline zwischen zwei Clips ziehen.

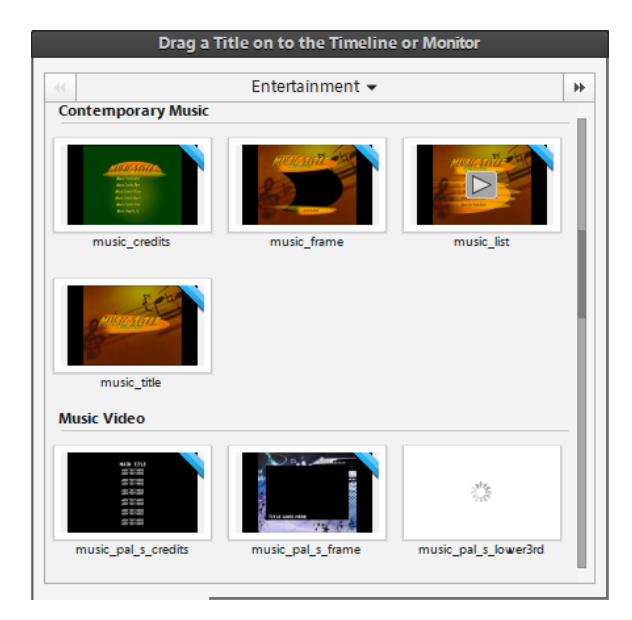




In dem Additional Settings – Fenster kann man die Dauer und Ausrichtung des Clips einstellen.

Man sollte darauf achten nicht zu viele Überblendungseffekte zu nutzen, da diese die Wahrnehmung des Filmes beeinträchtigen. Basis-Überblendungen verhalten sich wie folgt: Dissolve and Fade To Black. Diese werden meistens von Filmemachern genutzt.

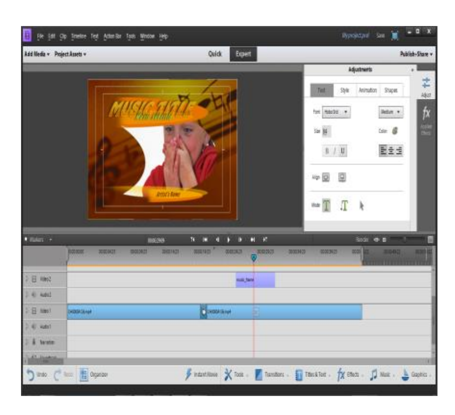
In Spielfilmen werden Effekte meistens dazu benutzt, um Szenen miteinander zu verbinden (z.B. Wird dem Zuschauer durch ein Fade To Black signalisiert, dass ein Ortswechsel stattfindet. In neuen Videoformen (wie z.B. Musikvideos) werden jedoch solche Effekte viel öften und in verschiedensten Variationen genutzt.



In ähnlicher weise kann man Untertitel zu seinem Film hinzufügen. Unten im Menu findet man die Funktion Titles & Texts. Dort gibt es schon einige voreingestellte Designs zur Nutzung.

Das ausgewählte Untertitelformat legt man dann dort auf die Timeline, über die Videoclips.

Man kann automatische Fensteranpassungen sehen, wo man die Untertitel nach seinen Vorstellungen anpassen kann.

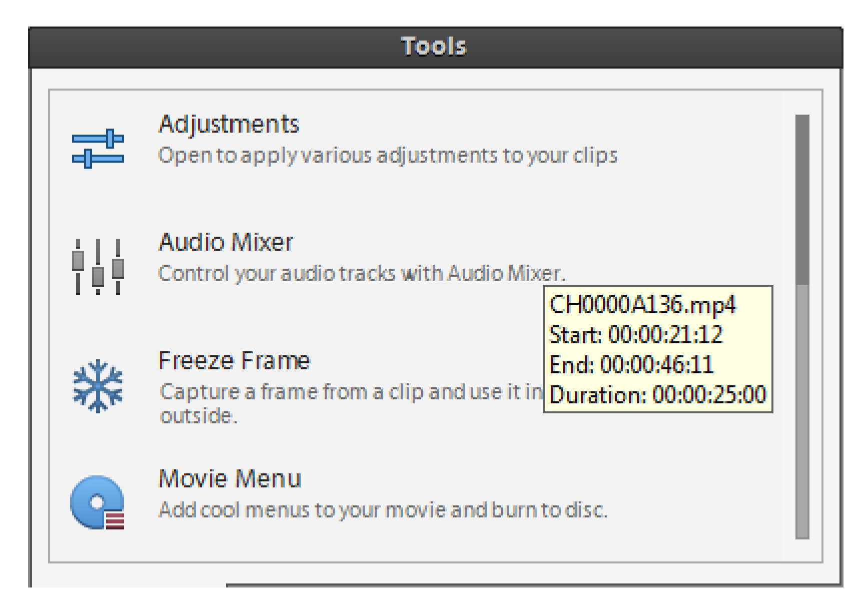


Die Untertitelbeispiele sind ziemlich ausgearbeitet, so dass man die Details so ausarbeiten kann, dass diese optisch dem entsprecheneden Projekt entspricht.

Man kann den Film auch mit einem Soundtrack bereichern. Es ist möglich eine der vorgegebenen Stücke in der Musiksektion zu nutzen oder eigene Musik, die man im oberen menu “Add Media” einfügen kann. Dann kann man per Drag and Drop dieses Stück in die Tonspur ziehen und es so anpassen, dass es zu den restlichen Elemente des Filmes passt.

Soundkorrektur. Soundkorrektur heißt das ordentliche Abmischen jedes einzelnen Tracks. Es gibt für jeden Videoclip eine eigene Tonspur sowie auch für jedes Musikstück oder Soundeffekte. Die Parameter müssen alle ordentlich eingestellt werden, so dass die kompletten Tonspuren den Film positiv unterstützen ohne zu stören. Die Dialoge müssen trotzdem gut hörbar sein.

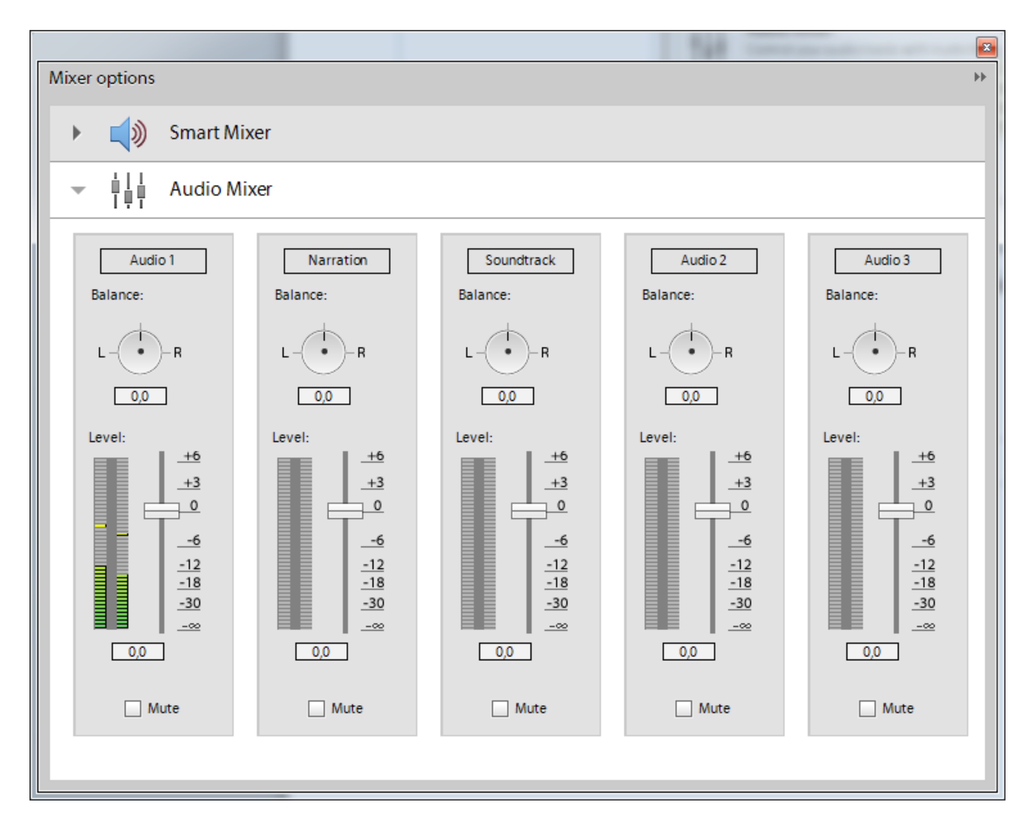
Im unteren Bildschirm Tols anwählen und dann Audio Mixer.



Dies ist das Audiomixer – Fenster. Jeder Kanal ist eine eigene Spur, die man auf zwei Arten justieren:

- Balance – llnks oder rechts Kanal Lautstärke Ratio
- Level – genereller Spiegel des Audiogain

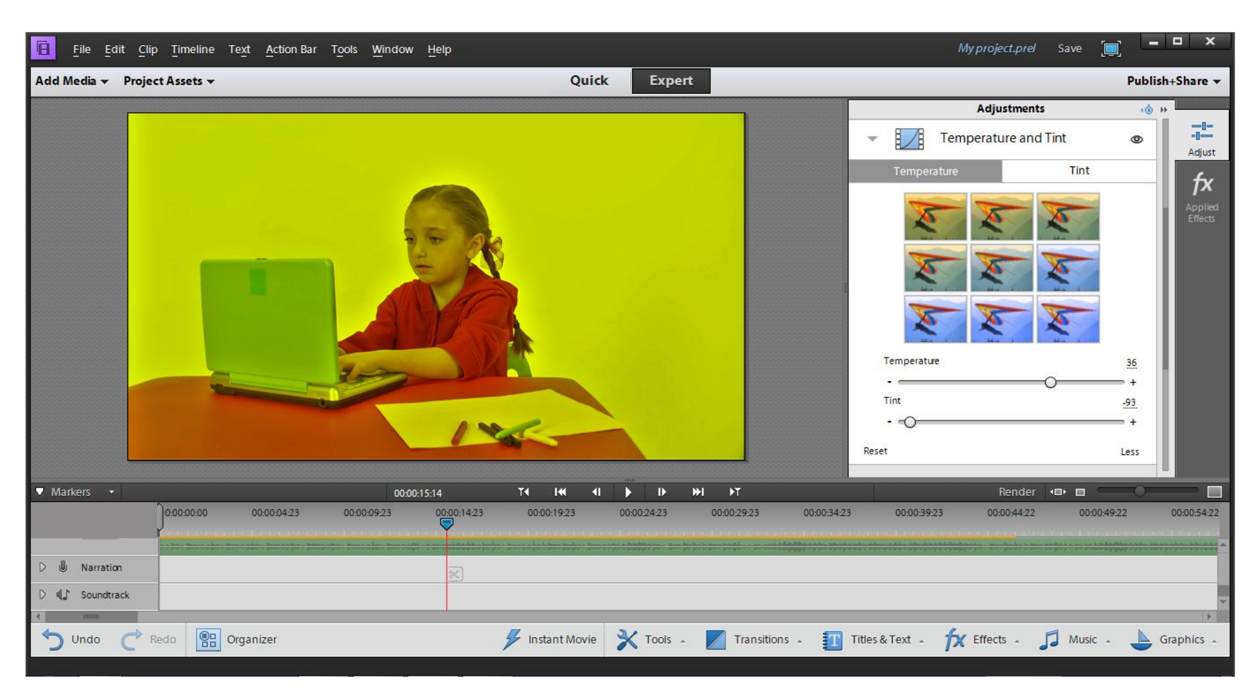
Es ist auch möglich einen Kanal komplett zu muten.



Es gibt zusätzliche Soundfilter bei einigen Software-Programmen, die eine komplexere Soundkorrektur wie z.B. Rauschunterdrückung oder Hall ermöglichen.

Farbkorrektur. Es ist üblich, dass man einen Film während verschiedener Tageszeiten dreht und das sowohl innen wie außen. Das Resultat ist, das die Protagonisten in unterschiedlichen Farbtemparaturen erscheinen und diese untereinander nicht passen. Dies kann man während der Schnittphase verbessern.

Im Menu rechts in Adjust Section gibt es Tools, die dabei helfen.

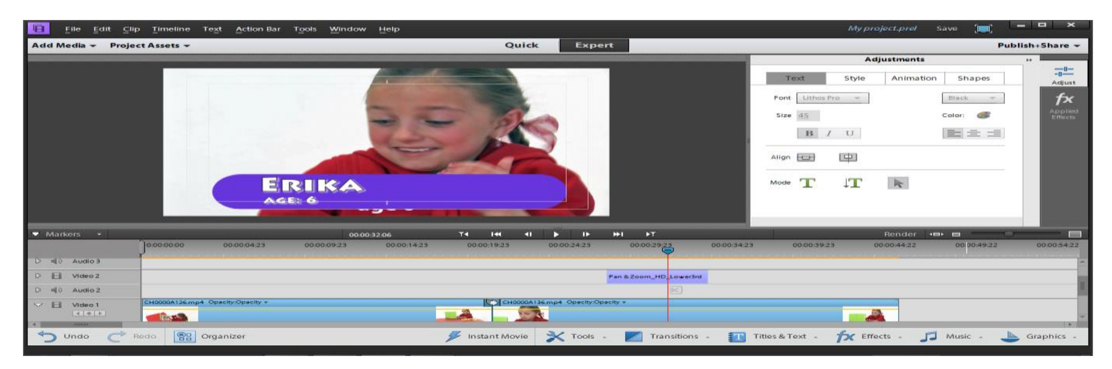


Zuerst kann man die Funktion Temperature and Tint nutzen. Wenn das nicht reicht, kann man Color wählen. Dort kann man die Settings genauer einstellen.

Das sollte man für jede einzelne Einstellung wiederholen. Es ist ungemein wichtig darauf zu achten, wie und ob die einzelnen Einstellungen zusammen passen nach der Farbkorrektur.

Grafiken. Text zu nutzen ist ein Standardelement jeder einzelnen TV-Produktion. Diese erscheinen normalerweise als Bauchbinden (mit Namen, Nachnamen und Funktion), Untertitel oder im Vor- oder Abspann.

Man kann ganz einfach Bauchbinden zu einem Film hinzufügen, indem man die Titles and Text Sektion im unteren Menu benutzt. Einfach das Textprojekt wählen und es den bedürfnissen anpassen.



Die Bauchbinden können in vielerlei Hinsicht genutzt werden.

Exportieren. Damit ein fertig geschnittener Film angeschaut werden kann, muss dieser in ein entsprechend ausgewähltes Format exportiert werden. So bekommt man eine einzelne Datei, die man im Internet veröffentlichen, auf eine Disk oder auch ein anderes Speichermedium sichern kann.

Dazu wählt man im oberen Menu die Option Publish+Share. Dann wählt man eine der zur Verfügung stehenden Optionen je nach dem was man erreichen möchte. Es gibt folgende Optionen:

- **Web DVD** – wenn man eine DVD haben möchte, die man auf einem Computer schaut.
- **Disc** – wenn man eine DVD oder Bluray haben möchte, die man auf einem Videoplayer schauen möchte.
- **Online** – wenn man seinen Film im Internet veröffentlichen möchte.
- **Computer** – wenn man seine Filmdatei direkt auf dem Computer speichern möchte.
- **Mobiltelefone oder Player** – wenn man seine Videodatei of einem mobilen Endgerät abspielen möchte.

Testfragen:

1) *Benennen Sie die wichtigsten bestandteile der Kamera und ihre Funktion.*
2) *Nennen Sie vier verschiedene Speicherformate who Mediendatein abgespeichert werden können.*
3) *Was ist ein American shot?*
4) *Wie nennt man einen speziellen Gegenstand mit dem man due Kamera in die Luft heben kann, um zu filmen?*
5) *Bennene mindestens drei gängige offline Schnittmöglichkeiten.*
6) *Die Kamera bewegt sich langsam vertikal – wie nennt man das?*

Modul B – Crossmedia Journalismus

Modul Einführung

Eine der wichtigsten Herausforderungen in der neuen Medienproduktion ist die Nutzung von Online-Ressourcen, sozialen Netzwerken und kollaborativen Umgebungen zur Nachrichtenerstellung, Video-Produktionen und Streaming-Inhalten. Wir möchten interessante Informationen über einige der Ressourcen, die die Produktion von Online-Media-Inhalten einfacher gestaltet, bieten.

"New Media Production Methodology" ermöglicht mit einem methodischen Rahmen, die Fähigkeiten der Medienproduktion zu fördern. Modul A konzentriert sich auf Multimedia-Produktion, Modul B auf die neuen Formen des Journalismus, speziell Crossmedia- und Trans-Journalismus. In den folgenden Kapiteln werden Sie theoretische und praktische Informationen über die verschiedenen Ansätze über Journalismus im 21. Jahrhundert sowie einige Ressourcen, die in der Medienproduktion helfen, vorfinden.

Zielgruppe

Modul B, als Teil des "New Media Production -Methodik", spricht insbesondere Freiberufler und Spezialisten in den Bereichen PR, Marketing, Coaching, Beratung usw. an, aber es ist speziell für diejenigen zu empfehlen, die:

- interessiert sind an neuen journalistischen Formen;
- Lust haben, die neuen Entwicklungen der Medienproduktion im Internet kennen zu lernen;
- das Internet als Hauptkommunikationskanal nutzen.

Überblick

Dieses Modul B ist in fünf verschiedene Kapitel gegliedert. Der Kurs wird auf moderne, praktische Weise ausgelegt: Er bietet Lernenden eine theoretische Basis, kombiniert mit einigen praktischen Beispielen und Übungen.

Journalismus im 21. Jahrhundert. Dauer: 01:00 Stunde
Dieses Kapitel soll das neue Konzept des Journalismus im 21. Jahrhundert erklären. Der Abschnitt enthält eine Übersicht über Journalismusformen und Trends, und wie sie die Sicht der Zuschauer ändern.

Crossmedia. Dauer: 01:00 Stunden
Dieses Kapitel soll die kollaborative Erstellung und Verwaltung von Nachrichtenproduktion, vor allem in kollaborativen Online-Bereichen fördern. In Anbetracht der neuen Ansätze des öffentlichen Journalismus und der Absicht auf die Förderung der Zusammenarbeit, ist es wichtig, sich auf die verschiedenen Arbeitsumgebungen konzentrieren zu können und vor allem eine Zusammenarbeit schaffen und entwickeln.

Multimediale Verbreitung. Dauer: 01:00 Stunden
Dieser Abschnitt des Modul B soll die beliebtesten Media-Plattformen vorstellen und den Arbeitsumgang mit diesen Plattformen den Teilnehmer nahe legen. Darüber hinaus enthält der Abschnitt das Thema Open-Source-Plattformen.

Soziale Netzwerke. Dauer: 01:00 Stunden
Dieser Abschnitt konzentriert sich auf soziale Netzwerke und ihr Potenzial im Crossmedia-Bereich. Das Hauptziel ist es, den Teilnehmern die wichtigsten sozialen Netzwerke aus der Sicht von Crossmedia- (Multi-Kriterien-Ansätzen) aufzuzeigen und das Potential dieser Netzwerke (Vernetzungen) für neue Medien deutlich zu machen.

Rechtliche Fragen Dauer: 01:00 Stunden
Dieser Abschnitt soll die Teilnehmer in die Hauptmechanismen von rechtlichen Fragen im Zusammenhang mit Online-Media-Erstellung einführen. Dieses Thema ist relevant, weil es das traditionelle Wissen über die rechtlichen Fragen verändert und neue Rollen der Rechte zum Schutz geistiger Vorgänge in Online-Medieninhalten stellt.

Journalismus im 21. Jahrhundert

Wir leben in einem digitalen Zeitalter. Jeder beobachtet andere und wird wiederum beobachtet, jeder Zeit und überall. Die Bürger haben einen nahezu unbegrenzten Zugang zu Informationen und die Möglichkeit diese Informationen eigens zu erstellen. Jeder wird zum Reporter und Editor für sich selbst und für andere.

Multimedia and crossmedia Journalismus

Derzeit ist der Umfang an Medien eine Mischung aus Anwendungen, Plattformen und Ressourcen auf Grundlage fortschrittlicher Navigationsstrukturen. Diese unterstützen verschiedene Aktivitäten und beinhalten Spiele, kollaborative Umgebungen, Blogs und vieles mehr.

Das ist „Cross-Media“ (siehe Vorschlag für Definition). Also die Verwendung verschiedener Ressourcen um die Qualität der Botschaft zu verbessern und eine breitere Gruppe an Benutzern zu erreichen.

Die Cross-Media-Kanäle werden hauptsächlich im Web unterstützt und an die Zielgruppen angepasst. Dazu gehören Anwendungen zur Interaktion und Zusammenarbeit mit anderen Benutzern und Werkzeuge, um Ressourcen zu verwalten. In diesem Online-Umfeld sind verschiedene Plattformen integriert: TV, Radio, Chat, SMS, MMS und mobile Anwendungen, die eine wechselseitige Beziehung vom Service der verschiedenen Medien fördert. Es entsteht eine stärkere Aussage, die wesentlich auf der tatsächlich Aussage basiert und nicht auf der Art der Übertragung.

Diese interaktive Crossmedia-Design ist nicht nur für das Internet geeignet. Spiele , Smartphones, Tablets , Mobiltelefone und andere mobilen Geräten spielen in der Kommunikation und dem Austausch von Informationen und Wissen mit anderen Menschen auf der Welt eine Schlüsselrolle.

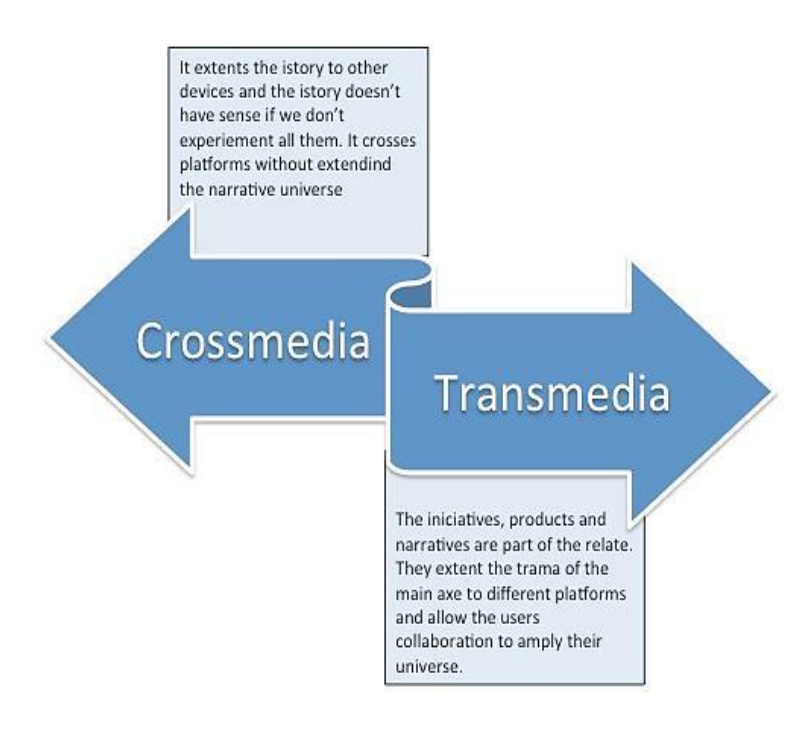
Somit ist Crossmedia eine Herausforderung für den Journalismus des 21. Jahrhunderts, indem es eine neue Umgebung schafft, die einen neuen Ansatz von Informationsschaffung und Nachrichtensendung bietet. Dabei soll ein bidirektionaler Kanal zur Informations- und Ressourcenproduktion entstehen, der die Zusammenarbeit zwischen dem "Reporter" und dem Ziel gefördert wird und mit unterschiedlichen Medien, wie Video-, Audio-, Text-, Microblogging, usw. präsentiert wird.

Natürlich gibt es Unterschiede zwischen neuem Journalismus und alten Mediaprodukten. Diese sind auf differenziert Bedeutungen der Themen zurück zu führen: die Botschaft, die Medien, das Publikum, die Zeitlichkeit...

Auf der folgenden Tabelle werden die zwei medialen Herangehensweisen veranschaulicht:

	Traditioneller Journalismus	Cross-media Journalismus
Nachricht	Unidirektional	Bidirektional / Multidirektional
Publikum	Spezifische Gruppen	Diverse Gruppen
Beteiligung	Keine	Zusammenarbeit mit Zielgruppe
Medien	Nutzung eines Mediums	Multimedia – Nutzung verschiedener Medien
Kanal	Direkter Kanal	Mehrfachkanal
Zeitlichkeit	Spezifische Zeit	Nicht temporal
Geographie	Begränzt	Unbegränzt

In den letzten Jahren ist ein neuer Begriff erschienen, der für die weitere Entwicklung des Cross-Media-Konzeptes beiträgt und die Welt der Massenmedien und Kommunikation verbessert. .



Die Bedeutung von trans-medialen Erzählungen ist, dass jede Plattform, jedes Fenster oder Jedes Element ein Teil der Nachricht ausmacht und miteinander verbunden ist. Somit ist jeder Teil der Erzählung einzigartig, abhängig von der Plattform, auf der sie entwickelt wird (Internet, Comic, soziale Netzwerke, Videospiele). Im trans-medialen Journalismus arbeiten die Benutzer direkt an der Story-Entwicklung. Dies bedeutet, dass sie ihre eigenen Erzählungen leben und besser definieren können.

Bei Interesse können verschiedene Multimedia-Journalismus-Webseiten online gefunden werden.

Multimedia Muse: Multimedia Muse ist eine Online-Umgebung, die Medienproduzenten hilft. Die Webseite konzentriert sich hauptsächlich auf Fotojournalismus, bietet zusätzlich aber sehr nützliche Informationen über andere Arten von Multimedia-Produktionen: Tutorials, Werkzeuge und Bücher. Die Jobbörse ist ebenfalls sehr interessant und bietet einige Jobangebote.

Innovative Interaktivität: Dies ist eine offene und kollaborative Umgebung für alten und neuen Journalismus. Es sind verschiedene Publikationen, Tipps und andere Multimedia- Ressourcen vorzufinden, um die Produktionen zu unterstützen.

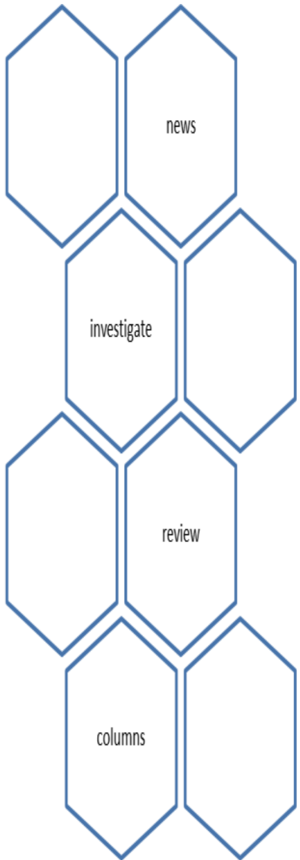
duckrabbit: ist ein privates Unternehmen, welches im Bereich der multimedialen Produktion arbeitet. Sie arbeiten hauptsächlich mit Fotos und Videos, Multimedia und produzieren für NGOs und ähnlichen Organisation. Die Ausbildungsmöglichkeiten, sowie Empfehlungen zu Büchern, News etc. sind auf ihrer Website verfügbar. Jeder Interessierte an neuen Medienproduktion sollte diese besuchen.

Multimedia-Shooter: Eine der umfassendsten Webseiten für Multimedia-Produktion. Sie ist freundlich und leicht zu navigieren, und der Inhalt sehr gut. Die Plattform bietet Tipps, News, Kommentare und Beispiele für den neuen Medienjournalismus.

Praktisch betrachtet: Lasst uns eine dieser Seiten betrachten. Blättern Sie durch die "Kategorien" auf der rechten Seite der Zielseite um die Inhalte zu filtern und zu finden nach denen Sie suchen (z. B. Ausbildungsmöglichkeiten, Beratung oder interaktive Beispiele, etc.).

Überblick der Journalismusformen

Journalismus ist die Sammlung von Informationen in verschiedenen Formen, und seine Handhabung (schriftlich, mündlich, Bild- oder Grafik). Journalismus beabsichtigt aktuelle und zukünftige Neuigkeiten zu sammeln, zu analysieren, zu synthetisieren, zu priorisieren und zu veröffentlichen. Es sind verschiedene Arten und Formen des Journalismus vor zu finden. Jede soll dabei die Neuigkeiten mit verschiedenen Herangehensweisen erklären.



Je nachdem wie man an die Nachrichten-Journalismus soll die Nachrichten ohne Verschönerung und Ornamente präsentieren, auf direkte und objektive Art und Weise. Die Geschichte wird so erzählt wie sie geschehen ist um die Fakten objektiv aufzuzeigen..

Kolumnen-(Meinungs-)Journalismus präsentiert die Meinung und die Persönlichkeit des Autors zu einem Thema, einem Ereignis oder einer Person. Der Journalist oder Professionelle spiegelt die Meinung der Medien wieder. Der Zuschauer, Hörer oder Leser erkennt meistens die Meinung und den Rahmen dieser Art von Journalismus.

Bewertungs-Journalismus liegt auf halbem Weg zwischen Nachrichtenjournalismus und Meinungsjournalismus(Kolumnen). Das heißt, der Reporter analysiert und schreibt eine Geschichte im Detail und fügt subjektive Elemente über sie hinzu.

Ermittlungs-Journalismus beabsichtigt ein Thema, eine Person, ein Ereignis oder eine Affäre zu entdecken. Der Journalist untersucht und überprüft alle Daten und Fakten die damit in Verbindung stehen, um sie dann auf unterschiedliche Weise zu präsentieren: als einen besonderen Artikel in einer Zeitung oder einer Zeitschrift, oder einer TV-Dokumentation, usw.

Es wird auch von verschiedenen Sorten von Journalismus gesprochen, wenn vom tatsächlichen Thema oder Inhalt ausgegangen wird:

- Politischer Journalismus
- Geschäfts-Journalismus
- Satirischer Journalismus
- Sport-Journalismus
- War journalism

- Kultur-Journalismus
- Umwelt-Journalismus
- Wissenschaftlicher Journalismus
- Gastronomischer Journalismus
- etc.

Der Stil, um Nachrichten, Artikel, Video, Audio (und andere Medien) zu produzieren ist je nach Thema sehr unterschiedlich.

Letztendlich kann von verschiedenen Typen von Journalismus je nachdem welche Medien benutzt werden:

SchriftlicherJournalismus. Wenn wir von schriftlichem Journalismus reden, handelt es sich vor allem um Zeitungen, Zeitschriften, Amtsblätter, etc. Medien die auf Grundlage von geschriebenem Artikeln und Beiträgen funktionieren und gelegentlich mit Fotos oder graphische Elemente unterstützt werden.

Audio-Journalismus oder Hörmedien, bei dem Hauptwerkzeug die menschliche Stimme ist . Radio ist das Hauptmedium von Audio-Journalismus.

Video -Journalismus ist eine Art von Journalismus, basierend auf Video-Produktionen, um ein Ereignis oder eine Nachrichten zu übermitteln.

Foto-Journalismus soll eine Geschichte oder Neuigkeiten vor allem durch die Verwendung von Fotos und anderen Bildern erzählen.

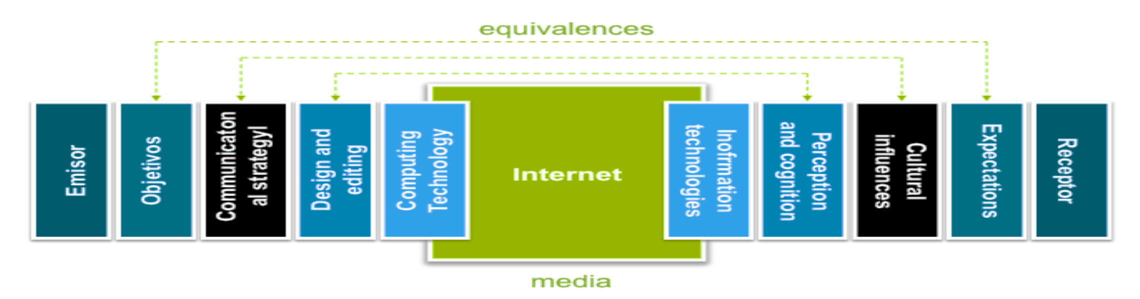
Digitaler Journalismus oder Cyber-Journalismus ist eine Art von Journalismus, der seinen Ursprung im Internet hat und dabei die neuen Technologien der Kommunikation nutzt um eine Nachricht zu verbreiten. Digitaler Journalismus umfasst verschiedene Arten von Medien und mischt einige dieser Medien, wie folgt:

- Blog und Microblogging - schriftlicher Journalismus online.
- Live-Stream - Direkte Übertragung von einer Veranstaltung im Internet, mit Hilfe von Video -und Audioproduktion
- Multimedia Storytelling - Ein neuer Ansatz für die Erzähltechnik, mit Audio und Video.

Auffassungsaufgabe des Betrachters

Im Zuge dieser neuen Journalismusansätzen verändert sich die Sicht des Betrachters, er wird zum Nutzer und nicht mehr nur zum Zuschauer.

Im Folgenden Bild können wir die horizontale Beziheung zwischen dem Sender und dem Empfänger betrachten:



Kahn y Lenk, 2001

Der Redakteur (Journalist) legt einige Kommunikationsziele fest, die den Erwartungen des Hörers entsprechen und definiert eine Kommunikationsstrategie, die sich mit den kulturellen Ansätzen des Empfängers beschäftigt. Der Redakteur entwickelt und editiert die neuen Inhalte entsprechend der Wahrnehmung und cognitiven Auffassung des Empfängers und entwickelt schließlich die technologische Lösung, unter Verwendung der IKT des Benutzers.

Es entsteht eine horizontale Beziehung zwischen dem Redakteur und dem Empfänger, dem Publikum, der Zielgruppe, bei der er die Medien je nach Bedürfnis und Erwartung der Zuschauer entwickelt und beide im Internet vereint.

Alle multimediale Produkte beantworten Ziele (was wir erhalten wollen), Kontexte (wo sie auftreten), Wege (möglichen Werkzeuge um diese Ziel zu erreichen) und geistige Paradigmen (Szenarien, in denen die Aufgaben, die Umwelt und die Prinzipien, die diese Beziehungen definieren, vertreten sind).

Crossing von Medien

Ein verstärkter Einsatz von digitalen Technologien verändert die Art der Bereitstellung von digitalen Medien für digitale Inhalte. Ersteller stehen folgenden Chancen und Herausforderungen gegenüber:

- Zugänglichkeit – Zugang zu Ressourcen jeder Zeit, überall
- Fähigkeit neu zu mischen und zu teilen – interagiert mit Ressourcen auf sinnvolle Art und Weise
- Inhalt ist aktuell – Zugang zu Echtzeit-Informationen
- Einfache Zusammenarbeit – Wissen als Kollektiv aufbauen

Im nächsten Abschnitt wird über verschiedene Themen gesprochen, die uns die Rabeit in diesem neuen Umfeld erleichtern.

Inhaltliche Ressourcen

Bevor eine Ressource entwickelt wird, sollte über die Art des Inhaltes nachgedacht werden. Dies ist wichtig da es einen Einfluß auf folgende Dinge hat:

- Die Nachricht,
- Das Design
- Das Layout des Projektes, die Verteilung und der Austausch.

Die verschiedenen Medieninhalte benötigen verschiedene Arten von Inhalten, Layouts und Stile

Die verschiedenen Arten von Inhalt sind folgende:

1. **Text** – Text ist die bedeutendste Art von Inhalt und immer noch sehr ausdrucksstark. Textinhalte sind Grundlage von blogging und die primäre Form von Inhalten auf dem Web. Es können verschiedene Arten von Textinhalten erstellt werden, jedoch sollte in Erinnerung bleiben, dass Texte verbessert und gesteigert werden können, inklusive der Begleitung von Videos oder Bilder, ohne dabei ihre Grundlage zu verlieren.
   a. Artikel – ist ein traditionnelles Muster, ist aber gültig für Nachrichten und Trends, um als Erster über die aktuellesten Neuigkeiten zu schreiben.
   b. Quiz – kann sehr hilfreich sein insbesondere wenn man auf kreative Art und Weise die Partizipation unterstützen will.
   c. White Papers – denken Sie an ihr Publikum, wie können Sie es anvisieren? Welches sind die Bedürfnisse des Publikums? Was haben sie für Fragen und Bedenken? Sie können White Papers nutzen um mit den Bedürfnissen ihres Publikums umgehen zu können.
   d. Fallstudien – beinhalten Fallstudien, richtig oder falsch, erfolgreich oder nicht, mit großem Einfluß oder gar keinen. Einige Techniken können Sie nutzen um Fallstudien vorzustellen: Folien, Video, Storytelling, etc.
   e. Blogs – Blogs sind sehr hilfreich beim Austuasch von Ideen und Neuigkeiten, insbesondere um gemeinsame Medien zu erstellen, da sie leicht zu aktualisieren sind und die Partizipation der Leser ermöglich.
2. **Video** –Videoinhalte sind täglich zugänglicher für verschiedene Geräte. Dabei ist es wichtig eine Lösung für die Zugänglichkeit von Video zu erstellen, die wiederum von verschiedenen Geräten genutzt werden kann und zusätzlich unterschiedliche Arten von Inhalt einführen kann. Einige sind nachfolgend aufgezeigt:

a. Kinetische Typografie. Es ist der offizielle Name für die Animationstechnik, die Worte und Bilder, Video und Audio mischt, um eine ausdrucksstarke Nachricht zu erstellen. Wenn Sie mit einer einfachen Botschaft arbeiten, kann diese Technik sehr nützlich sein, um das Kommunikationsziel zu steigern.

b. Live-Stream - ist ein leistungsfähiges Werkzeug, um Videos online zu produzieren. Es ermöglicht allen Benutzern, die Veranstaltung live zu sehen. Die Video-Produktion ist für Jedermann zugänglich. In wenigen Minuten kann die Aufzeichnung einer Veranstaltung beginnen und live über das Internet übertragen werden. Die Aufnahme können tausende von Menschen, die nicht an der Veranstaltung teilnehmen konnten, und viele andere, die tausende von Meilen entfernt sind erreichen.

3. **Interaktive Grafik** – ist eine Grafik, die einige dynamische Attribute beinhaltet, welche vom Benutzer an seine Bedürfnisse anpassen kann. Folgende interactive Grafiken können vorgefunden werden:

a. Slide-Präsentation – Eine sehr hilfreiche Ressource wenn technische oder spezielle Inhalte auf einfache und schematische Art und Weise präsentiert werden sollen. Der Benutzer steuert durch die Folien. Sie können alle Inhalte von Anfang bis Ende erreichen oder einzelne Slides nach iNteresse sichten. Slide share ist ein darauf spezialisierter Kanal: Sie könne ihren eigenen Kanal erstellen, Präsentationen hochladen und mit anderern Benutzern online teilen.

b. Interaktive Charts –Diese Ressourcen sind sehr nützlich, wenn Sie viele Daten haben und Sie diese in Übereinstimmung mit den Anforderungen des Benutzers präsentieren wollen.

4. **Grafiken** – eine Grafik-Ressource kann ein sehr effektives Medien-Tool sein. Es kann hilfreich sein, um eine bestimmte Situation zu erklären oder die Aufmerksamkeit der Menschen zu einem bestimmten Thema gewinnen zu können.

a. Fotos – ein Bild ist ehr als tausend Worte. Bilder können ausreichend sein um eine Geschichte zu erzählen, ein Gefühl zu vermitteln oder eine Situation zu erklären, die in Worten nur schwierig erfassen zu wäre.

b. Diagramm - Graphs – You can use graphs when you are working with a lot of data and you need to attract public attention.

5. **Info Grafik** – Können hilfreich sein um spezifische oder technische Informationen zu erläutern: Wie wird der Präsident der USA gewählt oder wie die Fukushima Katastrophe sich ereignet hat? Wie kann ein Flugzeug fliegen? Siehe folgende Info Grafik:

http://www.eitb.com/infografias/detalle/604777/por-que-vuelan-aviones/

6. **Audio** – die weit verbreitete Nutzung von mobilen Geräten führt zu einer zunehmend üblichen Nutzung von Audio-Inhalten im Internet. Darunter befinden sich z. B. Podcasts. Der Podcast besteht grundsätzlich erstmal aus Audio-Dateien, die wir selbst gestalten, heraufladen, online hören, herunterladen und dann offline hören. Wir können Interviews, Übungen, Nachrichten, Konferenzen, Workshops, etc. erstellen. Besuchen Sie z. B. die Webseite der BBC und hören (oder herunterladen) einige ihrer Podcasts.

Streaming und Verteilung

Aufgrund einer großen Nachfrage nach Inhalten und Dienstleistungen, sind verschiedene Netzwerkanwendungen zur Verteilung von Inhalten in den letzten Jahren erschienen. Diese Netzwerke und Anwendungen ermöglichen die Wiedergabe von Live-Veranstaltungen, den Austausch von Musik, graphischen Lösungen oder einfach nur das Teilen von Dateien.

Benutzer möchten eine hohe Qualität an Streaming-Diensten: Videos und Vorträge sollen online greifbar sein und bestenfalls live und direkt aufrufbar sein. Dies erfordert eine große Übertragung von Daten auf das Netzwerk und demnach benötigen die Benutzer ein qualitativ hochwertiges Streaming und genauso hochwertige Dienstleistungsverteilung.

Es gibt verschiedene Werkzeuge zur Streaming-Erstellung und Verteilung. Die wichtigsten Elemente davon werden folgend aufgezeigt:

NAME	DEVELOPER	COST	LICENSE	MEDIA	MEDIA PL
Darwin streaming server	Apple	Free	APSL	Audio/Video	Any with ap
Firefly	Ron Pedde	Free	GPL	Audio	Any with ap
Flash Media server	Macromedia /adobe	Not free	Proprietary	Video	Flash Playe
Free Cast	Alban Peignier	Free	GPL	Audio/Video	FreeCast c
Helix DNA Server	Realnetworks	Free	RCSL/RPSL	Audio/Video	Any with ap
Helix Universal Server	Realnetworks	Free for 12 months (Basic)	Proprietary	Audio	Any with a DASH, Fl Windows HTML5), T HLS / RTS

NAME	DEVELOPER	COST	LICENSE	MEDIA	MEDIA PL
				/Video	OTT (HLS
Icecast	Xiph.Org Foundation	Free	GPL	Audio/Video	Any with ap
IIS Media Service	Microsoft	Free	Proprietary	Audio/Video/Data	Any with progressive Media Play browser, W QuickTime, Android, IP
Logitech Media Server	Logitech	Free	GPL v2	Audio	Various har
Unreal Media Server	Unreal Streaming Technologies	Not free	Proprietary	Audio/Video	Flash, Silve

NAME	DEVELOPER	COST	LICENSE	MEDIA	MEDIA PL
VCL Media Player	VideoLAN	Free	GPL v2	Audio/Video	Any with ap
Windows Media	Microsoft	Free	Proprietary	Audio/Video	Any with Windows M

Source: wikipedia, http://en.wikipedia.org/wiki/Comparison_of_streaming_media_systems

Cloud basierte Umgebung

“Cloud computing“ (auch bekannt unter “cloud services” oder “cloud contents”) ist ein System welches Computer-Dienstleistung im Internet bietet



.

Der „Cloud computing” Server läuft online und wird den Anforderungen der Benutzer jederzeit und jedenorts gerecht ohne speziellen Kenntnisse über Software und Anwendungen zu benötigen. Sie brauchen eine Internetverbindung und haben direkten Zugriff auf alle Inhalte die sich in der Cloud befinden. Die Inhalte und Anwendungen kommen von verschiedenen Hosting-Anbieter weltweit. Somit werden Kosten reduziert, Betriebszeiten optimiert und die Webseiten werden unverwundbar für Hacker, lokale Regierungen und deren polizeilichen Razzien.

Cloud computing ist ein neues Model an Dienstleistungen und Technology, welches den Benutzern einen Zugang zu standartisiertem Service bietet und ihren Bedürfnissen entspricht.

Cloud computing bringt Veränderungen mit sich wie den Zuwachs an netzwerkbasierten Dienstleistungen. Damit können mehr Angebote schneller und effizienter zu den Benutzern gelangen.. Der Konsument spart an Lohn- und Investitionskosten.

Cloud Computing wird durch ein hohes Maß an Automatik, schneller Mobilisierung von Ressourcen und gutter ANpassungsfähigkeit an verschiedene Nachfragen gekennzeichnet.

Vorteile	Nachteile
• Cloud computing Technologie kann schnell und einfach mit anderen Anwendungen kombiniert warden. • Cloud computing Infrastruktur ermöglicht eine größere Anpassung, die Wiederherstellung von Dateien und Ausfallzeiten zu minimieren. • Cloud computing bietet den Inhalt oder den “cloud service” ohne jegliche Hardware zu installieren • Cloud computing Anwendungen sind meistens einige Tage oder Stunden zugänglich mit einem beträchtlichen Maß an Anpassung und Integration.	• Zentrale Anwendungen und Datenspeicher bewirken eine gegenseitige Abhängigkeit der Dienstleister • Die Verfügbarkeit der Anwendungen geht mit der Verfügbarkeit einer Internetverbindung einher. • Die Service-Zuverlässigkeit hängt von der Gesundheit der Technologie und dem Finanzdienstleister in der Cloud ab. • Die Verfügbarkeit von höchst spezialisiertem Srevice könnte Monate oder Jahre dauern bis sie im Netzwerk eingesetzt warden können. • Sicherheit. Informationen müssen über

• Automatische Updates beeinträchtigen nicht die IT-Ressourcen des Benutzers.	verschiedene Knotenpunkte resien um an ihr Ziel zu kommen und sind somit Quelle der Unsicherheit.

Cloud basierte Umgebungen sind zum Beispiel:

- Dropbox,
- Google Drive,
- Wuala,
- iCloud,
- SkyDrive,
- Ubuntu One.

Verbreitung von Multimedia

Currently, we can find several platforms that could help us to develop media solutions. Platforms, open source environments, collaborative environments, etc., that could support not only the development of the media content, but also the promotion of collaborative media creation.

Derzeit findet man mehrere Plattformen, die uns helfen Medien-Lösungen zu erstellen. Plattformen, Open-Source-Umgebungen, kollaborative Umgebungen usw. können sowohl die Entwicklung der Medieninhalte, als auch die Förderung der kooperativen Medienerstellung unterstützen.

Gängige “content media platform”

Eine “content media platform” ist eine Online-Umebung, die online Software (teilweise auch Hardware Lösungen) bietet, um Medien-Inhalte zu erstellen, zu produzieren, anzubieten, zu verteilen und zu publizieren. Mehrere Lösungen sind hierbei vorzufinden: Jede davo bietet verschiedene Ressourcen, Werkzeuge und Materialien, die bei der Entwicklung von Medien-Inhalten hilft.

Als ersten Schritt muss eine am besten geeignete Aktivität entscheiden. Einigen Fragen sollten beantwortet werden, bevor eine Platform genutzt wird (Welche ist die am besten geeignete für unser Ziel?)

Nachdem die Fragen und Antworten defineirt wurden, folgt Schritt zwei bei dem die Platform selbst und ihre Charakteristika analysiert werden. Eine “content media platform”:

- Hat einen Support-Bereich oder Benutzerhandbuch zur Hilfe bei der Entwicklung, Publizierung und Verwaltung der Ressource.
- Hat eine ausreichende Masse an kritischen Nutzern (also wie viele Personen mit der selben Ressource Entwickeln und Arbeiten)
- Ist mit anderen Geraäten, mobilen Geräten kompatibel.
- Ist mit verschiedenen betriebsfähigen Systemen kompatibel.

An dieser Stelle ist es interessant sich den Abschnitt “Wie erstelle ich Aufnahmen” nochmals anzuschauen – es kann dabei helfen die attraktivste Aufnahme auszuwählen.

Folgend finden Sie Online-Lösungen, die Sie nutzen können für die Entwicklung von Crossmedia-Ressourcen:

- **Blog -** April 2013 stellte ein Internatblogeintrag fest (http://snitchim.com/how-many-blogs-are-there/) , dass die relevantesten Blogsoftwares um die 240.000.000 an individuellen Blogs enthält. Die exakten Zahlen sind schwer zu erfassen, da keine präzisen Angaben dafür vorhanden sind. Einen Blog zu erstellen ist nicht schwierig, da „online content platform“ vorhanden sind, die einen durch die Entwicklung, Publizierung und Verwltung eines Blogs leiten. Die gängosten Platformen sind kostenlos und benutzerfreundlich, so dass Sie in wenigen Stunden einen Blog entwickeln und designen können und die Inhalte direkt verwalten können. Hier werden die beliebtesten aufgelistet:
    - tumblr (http://www.tumblr.com): Eingeführt in 2007, ist es die größte Blog-Gemeinschaft auf der Welt (142 Millionen Blogs). Es wirkt eher wie ein soziales Netzwerk als eine Blog-Gemeinschaft. Vorteile sind hier andere blogging Dienstleistungen: Nutzer können ihre eigenen Notizen in Ihrem Blog „re-blog“. Es bietet sich als gute Option wenn Sie es einfach möchten. Besitzer der Platform: Yahoo
    - WordPress (http://wordpress.org) ist die älteste blogging Platform. it’s the oldest blogging platform. Es ist einfach anzupassen und freundlich. WordPress beinhaltet ausreichend Themen und Werkzeuge um einen Blog oder eine Webseite zu ertsellen. Durch die Kompatibilität mit mobilen Geräten ist es für Anfänger gut geeingnet. Bis zu 65 Millionen Blogs wurden über WordPress erstellt
    - Blogger (http://blogger.com): Das blogging Werkzeug von Google. Benötigt wird nur ein Gmail-Account und schon können Sie ihren eigenen Blog erstellen. Es hat nicht die Anpassungsfähigkeiten von WordPress oder tumblr, jedoch ist es trotzdem ein einfacher und guter Ort um mit dem Schreiben anzufangen
    - Squarespace (http://SquareSpace.com/) ähnelt einer traditionellen Pltaform wie WordPress, ist jedoch hauptsächlich auf Unternehmenentwicklung, Marketing und E-Commerce spezialisiert. Die Kosten für die Anmeldung betragen 8$. Empfehlenswert für geschäftliche Nutzung.

  - Typepad (http://www.typepad.com): Zusammen mit WordPress eines der Urväter von Blogging. Die Platform bietet ein sehr interessantes Design, unbegrenzten Speicherplatz und Benutzerhilfe. Jedoch beträgt die Basisgebühr 8,95$ monatlich.

- **Platform mit multimedialem Inhalt:** Wie zuvor im Falle von Blogging, gibt es Platformen, die die Erstellung, Produktion, Anbietung und Verbreitung von multimedialen Ressourcen und Inhalten anbietet. Hier ist es eine Online-Platform zu Herstellung und Produktion von Video- und Audiodateien. Im Vergleich zur Blogging-Platform ist dieser Typus an Platform nicht unbedingt kostenlos:
  - Brightcove:(http://www.brightcove.com/): Bietet eine Video-Platform und ein icloud Videoservice um Videoinhalte anzubieten und zu verbreiten. Diese Platform integriert ezuzätzlich Lernmöglichkeiten. Die Nutzung ist nicht kostenlos.
  - Kaltura (http://corp.kaltura.com): Ist eine "open video" Platform, welche verschiedene Lösungen zur Verwlatung und Verteilung von Video- und Multimediainhalten bietet. Sie beinhaltet spezielle Angebote zur Unterhaltung, Unternehmen oder Erziehung. Die Version ist kostenlos.
  - Ooyala (Http://www.ooyala.com): Erstellt in 2007, ist Ooyala eine Platform zur Videoverteilung. Zusätzlich zu Videoproduktion und –verbreitung bietet die Platform multimediale Möglichkeiten für Streaming oder Webinare. Die Nutzung ist nicht kostenlos.
  - The Platform (http://theplatform.com): Diese Platform bietet spezifische Lösungen fr die Videoverwaltung und –verbreitung an. Zusätzlich bedient sie die Bereiche Unternehmen, Medien und Unterhaltung mit Hilfestellung. Die Nutzung ist nicht kostenlos.

Praktische Arbeit: Probieren Sie vier oder fünf dieser Platformen aus. Besuchen Sie die Webseiten und untersuchen Sie unter den oben genannten Aspekten und Kriterien. Sie können ebenfalls eigene Kriterien mit einbringen. Bitte entscheiden Sie sich für die Platform, die für Ihre Bedürfnisse am besten geeignet ist und erklären Sie warum. Practical:

Eigene Mediaplatform – "open source"

Neben der "online content platform" können andere interessante Optionen zur Erstellung oder Produktion von medialen Inhalten vorgefunden werden: „open source"

„Open source" wird als Programm definiert, dessen Code für das allgemeine Publikum erreichbar ist. Dieser kann benutzt und verändert werden. Alolita Sharma (2008 - Open Source Initiative) definiert es wie folgt:

"Open Source" Software ist:

- lizensiert durch eine Copyright-Lizenz konform mit "Open Source" Definition (OSD),
- wird mit eigenem Quellencode in leserlichem Format verbreitet
- wird auf offene und kollaborative Art und Weise von einer Entwicklergruppe erarbeitet.

Das Programm arbeitet mit einier freien Lizenz und erlaubt die kostenlose Nutzung und Verbreitung.

„Open source" Software und Platformen sind eine Alternative zu gewerblicher Software und ermöglichen den Aufbau von digitalen Inhalten auf offenen Platformen. Sie lassen den Nutzer an der Verbesserung und Entwicklung der „open source" teilhaben.

Auch wenn die "open source" frei zur Nutzung und Verbreitung sind, unetrliegen sie dennoch gewissen Formen von Lizensierung, die weiderum einige Regeln der Verbreitung vorschreiben und die Urheberrechte schützen.

Die Nutzung dieser "open source" Platformen und Software hat Vorteile, die gewerbliche und geschlossen lizensierte Produkten nicht bietet. Zum Beispiel:

- Preisgünstige Variante zur Erstellung von "in-house" digitalen Inhalten
- Anwendbar: die Software kann den eigenen Bedürfnissen angepasst werden und kann neue Teile der Software entwickeln oder aktualisieren (je nach Lizenzart)
- Sicherer als gewerbliche Programme, da die Nutzer sie ununterbrochen verbessern und aktualisieren.
- Flexibel: kann mit verschiedenen Betriebssystemen genutzt werden, auch diejenigen die zu alt für neue gewerbliche Programme sind.

- Eine weltweite Gemeinschaft unterstüzt sie und ermöglicht den Nutzer Hilfe von Anderen zu bekommen um ein Problem zu lösen.

Sie können folgend verschiedene “open source” Platformen und Software finden, die bei der Erstellung digitaler Medieninhalte hilfreich sind:

Fosil (http://www.fossil-scm.org) – Kreuzplatform, die mit Linux, Mac und Windows funktioniert. Sie können sie benutzen um Wikis und Blogs zu entwicklen. Sehr einfach, da das Gerüst im web interface vorhanden ist.

DocuWiki (https://www.dokuwiki.org/dokuwiki) ist eine Wiki Anwendung entwickelt für die Bedürfnisse der Dokumentenverwaltung von kleinen Organisationen. Einfache und vielseitig einsetzbare Software, leicht zu warten und in andere Umgebungen einzufügen. Verfügbar in 27 Sprachen..

Mediawiki (http://www.mediawiki.org) – “open source” Software zur Entwicklung von Wiki Webseiten. Bietet über 700 Einstellungsoptionen. Unternehmen, Non-Profit Organisationen nutzen sie für professionelle und erzieherische Zwecke. Verfügbar in über 50 Sprachen.

Buddy Press (http://buddypress.org/) – Buddy Press ist ein”open source” soziales Netzwerk, gehörend zu WordPress. Es ist kostenlos und anwendbar. Sie können einfach ihren WordPress Blog einfügen.

Elgg (http://elgg.org) – Ist eine soziale Netzwerkplatform, unterstüzt durch eine große Gemeinchaft an Nutzern und Entwicklern. Einfach in der Anwendung und durch Plugins in Funktionalität, Sprachen und Themen erweitert.

Verschiedene “open source” Softwares dienen auch der Videobearbeitung und –dekodierung:

Open shot (http://openshot.org) – Einfach und leistungsstark. Die Software arbeitet mit Videos, Bildern, Audiodateien und Sie können selbst Videos produzieren und verbreiten. Die Software ermöglicht es Untertitel, Transitionen, Effekte hinzu zu fügen und den Export auf verschiedene online Videoplatformen.

VirtualDub (http://virtualdub.org) – ist eine Videocapture/-prozeß Software, kompatibel mit Windows Betriebssystemen. Leistungsstarker Video-Editor, der die Verarbeitung und Dekodierung von Videos ermöglicht.

Weitere “open source” Platformen and Softwares zur Erstellung und Verbreitung digitaler Medieninhalte sind im Internet verfügbar. Sie finden auch Platformen und Softwares zur Erstellung und Entwicklung von Bildern, Audiodateien, etc.

Praktische Arbeit: Kommentieren Sie mit ihren Klassenkameraden (mit Hilfe des Trainers) welche dieser Platformen am besten für Medien geeignet ist. Identifizieren Sie ihre Möglichkeiten und Stärken, entdecken Sie ihre Schwächen und Gefahren.

Soziale Netzwerke

Nachdem Sie diesen Abschnit gelesen haben, werden Sie über soziale Netzwerke und deren Rolle in der Medienproduktion Bescheid wissen und einige Tipps zur Nutzung von Social Media erhalten.

Bevor wir mit Tipps und Empfehlungen zur Verwaltung und Förderung von verschiedenen sozialen Netzwerken beginnen, werden wir einige der wesentlichen analysieren.

Diese drei Netzwerke sind die effektivsten Kanäle im sozialen und professionellen Networking. Jeder hat spezifische Charakteristiken und Ziele:

Facebook: mit über 1 Billionen Nutzern ist Facebook das größte soziale Netzwerl der Welt. Hauptziel des Netwerkes ist die Menschen in Kontakt zu bringen und verschiedene Ressourcen zu nutzen: multimediale Dateien, Links, Publikationen, Bilder, usw. Das Netzwerk bietet verschiedene Anwendungen, die networking erlauben: private nachrichten, Arbeitsgruppen erstellen, News feeds, Chat, usw. Es ermöglicht eine Personalisierung und eine Maximierung von verschiedenen Anwendungen in Anbetracht des Zielpublikums. Es ist



ein allgemeines Netzwerk und erreicht somit unterschiedliche Zielgruppen von sehr spezifisch zu allgemein mit der selben „wall”.

LinkedIn: Es wird als “professionnelles Netzwerk” betrachtet. Mit mehr als 238.000.000 Nutzern, wirbt LinkedIn mit Themen, die mit der professionellen Entwicklung verbunden sind: Geschäftsmöglichkeiten, Entwicklungseigenschaften und –kompetenzen, Suche nach spezifischen Themen, Wissensmanagement, Erfahrungsaustausch, usw. Es kann als spezifische Umgebung für networking betrachtet werden, da:

- Die Mitgleidschaft eingeschränkter ist.
- Netzwerkressourcen mehr an der professionneleln Entwicklung orientiert sind
- LinkedIn einen spezifischen Bereich bietet, der je nach Interesse, Bedürfnis und zukünftiger Entwicklung von Nutzern angepasst werden kann und somit Wissens- und Networkingverwaltung vereinfacht.

Zusammengefasst ist LinkedIn ein Verwltungswerkzeug, welches ein Großteil der Projektzeilgruppen erreicht.

Twitter: 218.000.000 aktive und regelmäßige Nutzer teilen Informationen auf Twitter (ca. 500.000.000 Tweets am Tag), also ein microblogging Server. Sie können relevante Informationen mit anderen Nutzern austauschen im Gebrauch von nur 140 Zeichen. Sie können verfolgt werden oder selber anderen Nutzern folgen und jederzeit Informationen über ein Thema ihres Interesse Zugriff haben. Sie können ein Thema diskutieren, darüber sprechen und kommentieren oder einfach die Beiträge dazu lesen.

Hier finden Sie einige Tipps für die Arbeit mit sozialen Netzwerken:

- **Wählen sie das angemessene soziale Netzwerk für ihre Medien.** Analysieren Sie alle Optionen und entscheidne wo Sie präsent sein möchten. Bedenken Sie, dass nicht alle sozialen Netzwerke gleich sind. Sie müssen wissen was sie publizieren und wann der beste Moment dafür da ist um ihre Inhalte zu publizieren.
- **Verbinden Sie nicht verschiedene Netzwerke.** Jedes Netzwerk hat seine Ziele und Charakteristika, also selbst wenn Sie die Möglichkeiten besitzen die Netzwerke zu verbinden, bedenken Sie, dass sie spezifische Inhalte in jedem publizieren sollten.
- **Interagieren Sie in der Gemeinschaft.** Reden Sie nicht ausschliesslich über Ihre Inhalte, teilen Sie Informationen und Kommentare mit anderen Mitgliedern der Gemeinschaft und kommentieren Sie andere Beiträge. Kein anderer Kanal ermöglicht uns diese Art von Verbundenheit.
- **Publizieren Sie nicht den selben Post mehr als fünf Mal in einer Woche.** Inhalte sind Mehrwerte für die Nutzer. Seien Sie sicher, dass Ihre Inhalte etwas neues und attraktives bieten. Somit ziehen Sie Ihre Verfolger an und behalten sie.
- **Seien Sie kein Pessimist oder negative**. Im gesamten Netzwerk ist alles ziemlich positiv, demnach werden die Gespräche, Partizipation und Nettigkeit hoch geschätzt.
- **Sprechen Sie, Hören Sie zu , Partiziperen Sie.** In sozialen Netzwerken ist es sehr wichtig zu reden, aber genauso wichtig ist es anderen Nutzern zuzuhören: was sei möchten und brauchen und was sie wissen wollen. Somit steigern Sie den Wert Ihrer Webseite.
- **Kopieren Sie nicht**. Versuchen Sie originell zu sein in Ihren Publikationen. Sie können von vielen Seiten Ihre Informationen beziehen, aber Sie müssen originell sein und anderer Nutzer engagieren.
- **Was kommunizieren?** Der einfachste Weg festzustellen, ob ein Inhalt angemessen ist, ist sich in die Rolle des Konsumenten einzufinden. Bevor Sie publizieren, sollten Sie sich fragen: Wie soll der

potentiellen Kunde mein Markenzeichen erkennen? Versuchen sie näher an Ihre Nutzer heranzukommen und Sie auf persönliche Art und Weise, enger, sozialer zu behndeln. Vergessen Sie dabei nicht die reale Beziehung, die Sie zueinander haben.

- **Zeit und Ausdauer.** Ihren eigenen Bereich in einem sozialen netzwerk zu erstellen ist einafch, kostet aber viel Zeit. Auch wenn Jederman Seiten und Accounts bei verschiedenen Dienstleistungen eröffnet, beötigt das soziale Networking Zeit um mit den Benutzern direkt zu interagieren. So, seien Sie geduldig!

L Rechtsfragen

Rechtsfragen

Rechtsfragen

Medienrecht

Der Begriff "Medienrecht" bezieht sich auf die Beziehung zwischen urheberrechtlich geschützten digitalen Werken (wie z.B. Film, Musik und Kunst), der Nutzererlaubnis und Rechten, die sich auf Computer, Netzwerke und elektronische Geräte beziehen. Medienrechte beziehen sich außerdem auf den Zugang und die Kontrolle digitaler Informationen. Deshalb kann man sagen, dass der Begriff die Prinzipien und Regeln festlegt, die Individuen den Zugang, die Benutzung, die Entwicklung und die Veröffentlichung von Medieninhalten mithilfe von ICT-Geräten erlauben (PC oder ähnliche Geräte, mobile Geräte und/oder andere Kommunikationsgeräte und Netzwerke).

Das Konzept fokussiert den Urheberschutz digitaler Inhalte und die Regelung derer Benutzung. Außerdem entwickelt es spezifische Annäherungsweisen zu „traditionellen" Fragen, die sich auf Medien sowie Datenschutz und Meinungsfreiheit beziehen. Die starke Zunahme neuer Medien und digitaler Onlineinhalte hat es schwierig gemacht die verbreiteten Materialien und Quellen zu kontrollieren. Manche Fragen tauchen erneut im Zusammenhang mit Medieninhalten auf: z.B. Urheberrecht, Verteilung und Nutzungserlaubnis etc.

Gegenwärtig können wir viele verschiedene Institutionen ausfindig machen, die sich um den Schutz von digitalen Inhalten kümmern, wie z.B.:

Entertainment Consumer Association (ECA): eine Organisation aus den USA, die im Interessenbereich von Computern und Videospielspielern in den USA und in Kanada arbeitet

Free Software Foundation (FSF): unterstützt die Entwicklung freier Software

Electronic Frontier Foundation (EFF): internationale Organisation im Bereich Anwaltschaft für digitale Rechte und Rechtsangelegenheiten

Digital Rights Ireland (DRI): eine Organisation, die sich mit Themen auseinandersetzt, die sich auf das Digitalrecht im Bereich der Bürgerrechte beziehen

European Digital Rights (EDRi): internationale Anwaltschaftsgruppe für Urheberrecht, Sicherheit, Datenschutz und Meinungsfreiheit

Open rights Group (ORG): eine Organisation aus Großbritannien, die im Bereich der Bewahrung vom Digitalrecht , Zensur, Zugang zu Wissen, Datenschutz, Informationsfreiheit und elektronisches Wählen arbeitet

Eine der wichtigsten Aufgaben dieser Organisationen war einen Teil zum Eigentums- und Datenschutzrechte in den neuen Medien beizutragen. Deshalb ist ein neues Konzept aufgekommen: Die Handhabung von Medienrechtsgrundlagen

Die Handhabung von Medienrechtsgrundlagen zielt darauf ab jede Art von Aktion zu organisieren um Piraterie zu stoppen oder zumindest zu behindern. Dafür entwickelten und förderten verschiedene Institutionen unterschiedliche Werkzeuge und Instrumente.

Kurzglossar

"Digitale Medien" bedeutet die Kombination und Interaktion aller traditioneller Medien, wie z.B. Audio, Bilder, Video, Text, Bewegung, (touch) Berührung und Datenerfassung.

Das Recht auf Datenschutz ist ein Menschenrecht, geregelt in folgender Art und Weise:

- Jeder hat das Recht Eigentum sowohl alleine als auch in der Gruppe mit anderen zu besitzen.
- Niemand soll willkürlich seines Besitzes entraubt werden.

Artikel 19 – UN – universelle Erklärung der Menschenrechte

- Niemand soll weder willkürlichen oder rechtswidrigen Eingriffen in Sachen Datenschutz, Familie, Wohnort oder Briefverkehr noch unrechtmäßiger Angriffe auf Ehre und Ruf ausgesetzt sein
- Jeder hat das Recht unter Schutz des Rechts gegenüber solchen Ereignissen oder Angriffen zu stehen.

Artikel 17 – UN Internationales Abkommen für Zivil- und politische Recht

Meinungsfreiheit ist ein Menschenrecht, das wie folgt von der UN entwickelt wurde:

- Jeder hat das Recht auf Meinungs- und Ausdrucksfreiheit; dieses Recht beinhaltet die Freiheit Meinungen ohne jeden Angriff deswegen zu vertreten und Informationen und Ideen durch jede Art von Medien und ohne Berücksichtigung von Grenzen zu suchen, aufzugreifen und weiterzugeben

Artikel 19 – UN – Universelle Erklärung der Menschenrechte

- Jeder soll das Recht haben eine Meinung ohne jeden Angriff zu haben.
- Jeder soll das Recht auf Ausdrucksfreiheit haben; dieses Recht soll die Freiheit beinhalten Informationen und Ideen jeglicher Art ohne Berücksichtigung von Grenzen zu suchen, aufzugreifen und weiterzugeben, sei es mündlich, schriftlich oder bildlich, in künstlerischer Art oder durch jedes andere

Medium seiner Wahl.
• Die Ausübung dieser Rechte, für die der Paragraf 2 dieses Artikels sorgt, bringt bestimmte Pflichten und Verantwortlichkeiten mit sich. Somit kann es Subjekt bestimmter Eingrenzungen, aber diese sollten nur soweit gehen, wie es die Gesetze es vorgeben, und wie es notwendig ist:
1. Für Respekt von Rechten oder den Ruf von anderen
2. Für den Schutz von nationaler Sicherheit, öffentlicher Ordnung, öffentlicher Gesundheit oder moralischer Fragen
Artikel 19 – UN Internationales Abkommen für Zivil- und politische Recht
• Freizugängliche Software ist Computersoftware, bei der der Quellcode verfügbar ist, und die so lizensiert ist, dass der Rechtsinhaber das Recht gewährleistet die Software zu studieren, zu verändern und zu verbreiten; und zwar an wen er möchte und zu jedem Zweck.
St. Laurent, Andrew M. (2008); Understanding Open Source and Free Software Licensing. O´Reilly Media

Kreativer Inhalt und Lizenz

Wie im vorherigen Teil benannt, haben neue Arten von Kommunikation und Gestaltung neue Wege um diese wichtigen Rechte über Datenschutz und Eigentum etc. zu handhaben zur Folge.

Und wie im vorherigen Teil beschrieben ist der Begriff Medienrechts aufgetaucht. Man kann hierzu verschiedene Definitionen finden, z.B.:

Medienrecht wird als der Gebrauch von Software und anderer Computertechnologie definiert, um die Bedingungen zu organisieren unter denen digitales Material, das unter Datenschutz steht, zur Verfügung steht. (freies Lexikon)

Das Medienrecht ist eine systematische Annäherung an den Datenschutz für digitale Medien. Das Ziel des Medienrechts ist es, der unautorisierten Neuverteilung digitaler Medien vorzubeugen und Wege zu verbieten auf denen Konsumenten Inhalte kopieren können, die sie gekauft haben. (Margaret Rouse in SearchCIO)

Die Technologien des Medienrechts versuchen zu kontrollieren , was man mit Medien und Hardware, die man gekauft hat, machen kann und was man nicht machen kann. (Electronic Frontier Foundation)

Das Medienrecht ist ein weitreichender Begriff, der sich auf jede Maßnahme bezieht, die den Zugang zu geschütztem Material mit technologischen Mitteln kontrolliert. (Julia Layton in „How Digital Rights Management Works)

Wie wir in den vorherigen Paragrafen sehen konnten, gibt es verschiedene Definitionen, die die kontroverse Annäherung an den Begriff zeigen. Deshalb sehen manche Organisationen die Notwendigkeit das Eigentum neuer Urheber zu schützen. Andererseits verstehen manche Organisationen den Begriff als eine Beschränkung digitale Inhalte zu benutzen (Die „Free Software Foundation" vertritt die Meinung, dass es besser ist den Begriff „Digital Restriction Management" anstelle von „Handhabung von medienrechtlichen Grundlagen" zu benutzen).

Berücksichtigt man diese Diskussion über positive und negative Aspekte bezüglich des Schutzes neuer Medien, können wir unterschiedliche Mittel finden, die die Kreation und den Zugang zu neuen Medien unterstützen. Diese können die Rechte der Nutzers schützen (wie man auf Inhalte zugreift) oder die Rechte des Urhebers (wie man den Zugang zu digitalen Inhalten schützt).

Die betriebliche Handhabung von medienrechtlichen Grundlagen ist die praktische Anwendung des Konzepts der Handhabung von medienrechtlichen Grundlagen um den Zugang zu Dokumenten (erstellt mit Microsoft Office etc.), Emails und Intranetseiten zu kontrollieren. Das meist verwendete Hilfsmittel des Information Right Management, welches das Ziel hat den unautorisierten Gebrauch von Eigentumsdokumenten.

Film und Video waren eine der ersten Bereiche, die ein spezifisches medienrechtliches System hatten. Seit 1996 benutzen einige Filmemacher das CSS – Content Scrambling System (Inhaltsverschlüsselungssystem). Das System basierte auf der Kodierung des Inhalts von DVDs und die Lizenz beinhaltete die Einschränkungen das Video zu benutzen . Gegenwärtig sind die medienrechtliche Werkzeuge für Videos sehr ähnlich und die meisten von ihnen basierten auf der Nutzungs- und Einschränkungslizenz für den Videogebrauch.

„Watermark" ist ein bestimmter Typ der Handhabung von medienrechtlichen Grundlagen, das ein verstecktes Kennzeichen enthält, das in ein Bild oder eine Datei eingebettet ist. Es hat das Ziel den Besitzer des Medienprodukts zu identifizieren. Es ist in die Datei eingefügt um die Produktion und die Verteilung zu gewährleisten und kann weiterhin Informationen über folgendes enthalten: den Urheberrechtseigentümer, den Verteiler, die Verteilerkette, den Einkäufer und weitere Elemente, die in der Datei eingefügt sind, etc.

Wie wir zu Beginn dieses Abschnitts erläutert haben, haben manche Produktionsgemeinschaften dem Konzept der Handhabung von medienrechtlichen Grundlagen nicht zugestimmt. Vor diesem Hintergrund haben manche Produzenten den freien Zugang zu Medieninhalten gefördert.

Apple – seit Januar 2009 ist die komplette Musik als „DRM-kostenlose Musik" gekennzeichnet

Tor books – seit 2012 verkauft dieser Verfasser „DRM-freie Bücher"

Go.com – ein digitaler Verteiler, der eine strenge nicht-DRM-Politik für alle Produkte verfolgt

Dennoch sind manche dieser DRM-freien Taktiken (in den meisten Fällen) ein Marketing-Trick, denn diese digitalen Inhalte sind durch ein zusätzliches DRM-System wie „Watermark" geschützt.

Urheberrecht im Crossmedia-Bereich

Neben der Handhabung von medienrechtlichen Grundlagen, welche Besitzer- und Nutzerrechte und Einschränkungen regelt, gibt es spezielle Werkzeuge um das Urheberrecht bei der Erstellung digitaler Inhalte zu unterstützen.

Momentan gibt es verschiedene Standards des Urheberrechts, die entwickelt wurden um den Schutz digitaler Inhalte gewährleisten zu können.

„Copyleft" ist ein Beispiel einer allgemeinen Lizenz, die es einem erlaubt komplett kostenfreien digitalen Inhalt zu erstellen. In einem solchen Fall ist es oft notwendig, dass alle veränderten und ausgebauten Versionen davon auch kostenfrei sind.

Der einfachste Weg digitale Inhalte „frei" zu machen ist es, sie in einer öffentlichen Domain unterzubringen, wo sie nicht dem Urheberrecht unterliegen. Das macht es den Menschen möglich die Quellen zu teilen, ebenso wie deren Verbesserungen und zukünftige Veränderungen. Man kann so viele Veränderungen vornehmen wie man möchte und das Ergebnis als eigenes Produkt verbreiten.

Infolge dessen können wir verstehen, dass „Copyleft" als das Gegenteil zum Urheberrecht gesehen werden kann. Hier allerdings heißt „frei" nicht unbedingt frei von Gebühren, sondern „frei" verändert zu werden; vielleicht nicht alle Teile des Inhalts sondern nur einige Teile davon.

Wenn man berücksichtigt wie das „Copyleft" konfiguriert, kann man verschiedene Typen ausmachen:

Starkes und schwaches „Copyleft"

Ganzes und partielles „Copyleft"

Der Charakter des starken und /oder schwachen „Copylefts" hängt davon ab, wie viel des Inhalts durch das „Copyleft" geschützt ist. Wenn der gesamte Inhalt bis auf einige Teile unter anderen Lizenzen verteilt werden kann, unterliegt der Inhalt dem schwachen „Copyleft". Im Gegensatz dazu, wenn das meiste dem „Copyleft" unterliegt, und nur ein kleiner Teil davon unter anderen Lizenzen frei verteilt werden kann, wird ein starkes „Copyleft" genutzt.

Um einen Inhalt als volles und partielles „Copyleft" zu definieren, muss man kontrollieren wie viele Teile der Lizenz dem „Copyleft" unterliegen und wie viele Teile unter anderen Lizenzen liegen. Wenn alle Teile „frei" zu benutzen und zu verteilen sind, spricht man vom vollen „Copyleft". Wenn auf der anderen Seite nur einige Teile unter einer anderen Lizenz laufen, spricht man vom partiellen „Copyleft".

Creative Commons

Organisiert durch die "Creative Commons Organisation" (NGO) kann es als die am meisten bekannte Lizenz für digitale Inhalte in der Welt festgehalten werden. Aber kennt man diese Lizenz gut?

Die Creative Commons-Lizenz (CC-Lizenz) die am meisten bekannte öffentliche Urheberechteslizenz um urheberechtlich geschützte Arbeiten zu verteilen. Man kann eine CC-Lizenz benutzen, wenn man anderen Menschen die Erlaubnis geben möchte das eigene Produkt zu teilen, zu benutzen und sogar weiter ausbauen. Die wichtigste Eigenschaft dieser Lizenz ist seine Flexibilität. Demnach kann der Autor eines bestimmten digitalen Inhalts entscheiden, ob er seine gesamte Arbeit schützt, nur Teile dessen oder den Gebrauch des non-kommerziellen Teils des Inhalts erlaubt.

Auf der anderen Seite ist es ein sehr nützlicher Standard für die Nutzer, weil es den Gebrauch und die Neuverteilung des Inhalts vereinfacht, denn sie müssen nur den Inhalt der CC-Lizenz beachten um den Inhalt des Autoren nutzen zu können.

Es gibt verschiedene Typen der CC-Lizenz. Der Autor kann sich zwischen unterschiedlichen Kombinationen, die vom Typ der Verteilung abhängen, entscheiden. Wenn man also die unterschiedlichen Optionen mischt und aufeinander abstimmt, die von der CC-Lizenz angeboten werden, kann man sechs gültige CC-Lizenzen ausmachen.

Es gibt vier Basis-Zuordnungen, die die CC-Lizenz regeln können:

Symbol Pictogram	Description
	Zuordnung: Der Nutzer muss seine Arbeit in der Weise einbringen wie der Autor oder Lizenzgeber es vorgibt.
	Nicht-komerziell: Die Verteilung des digitalen Inhalts ist beschränkt auf den nicht-komerziellen Gebrauch
	Nicht-abgeleitete Produkte: Der Nutzer kann das Produkt nicht umgestaltet, transformiert oder ausgebaut werden.
	Share alike: Wenn der Nutzer sein Produkt umgestaltet, transformiert oder ausbaut, muss er das Resultat unter derselben oder einer ähnlichen Lizenz wie das Original verbreiten.

Tabelle: Unterschiedliche Zuordnungen der CC-Lizenz: Quelle: Creative Common Website

Wenn man die oben genannten Zuordnungen kombiniert werden, kann man sechs verschiedene CC-Lizenztypen verwenden:

Symbol/pictogram	License type
	Attribution only
+	Attribution-NoDerivatives
+	Attribution-NonCommercial
+	Attribution-ShareAlike
+ +	Attribution-NonCommercial- NoDerivatives
+ +	Attribution-NonCommercial- ShareAlike

Tabelle: Unterschiedliche Zuordnungen der CC-Lizenz: Quelle: Creative Common Website

Das CC Netzwerk hat mehr als 100 angegliederte Netzwerke, welche in über 70 Bezirken agieren.

Mehr Informationen (z.B. FAQ und Beispielfälle) finden Sie auf der Homepage der Creative Commons: http://creativecommons.org/.

Die GNU GPL (General Public License) ist eine Lizenz, welche von der Free Software Foundation (Kurz: FSF) Mitte der 80er Jahren erstellt wurde und an erster Stelle den Schutz der kostenlosen Veröffentlichung, Modifkation

und Benutzung von Software gewärleisten soll. Sie regelt, das Software, welche unter dieser Lizenz steht kostenlose Sofware ist und schützt Nutzer so vor der Einschränkung ihrer Freiheit.

Die Free Software Foundation bietet interessante Informationen über die Lizenz, und wie sie benutzt werden kann, auf ihrer Homepage an: http://www.fsf.org/licensing

Praktische Übung

Sie haben gerade ein Video aufgenommen und denken darüber nach dieses im Internet zu veröffentlichen. Was wäre die beste Lizenz für dieses Video? Copyleft, ganz oder teilweise, umfangreich oder gering? Creative Commons?

Bitte schauen Sie sich den obigen Text an und besuchen Sie die empfohlenen Internetseiten. Erklären Sie nach der Datenanalyse, welche Lizenz Sie gewählt haben und warum!

Persönliche Dateien beziehen sich auf Dateien, egal ob richtig oder falsch, über einen Einzelfall, der anhand dieser Daten identifiziert werden kann, oder durch die Daten identifiziert werden kann, zu denen das Unternehemen entweder bestimmt Zugang hat, oder wahrscheinlich Zugang hat[1].

Im Jahr 1995 genehmigten die europäischen Institutionen die Richtlinie 95/46/EC des europäischen Parlaments und der Rat des 24. Oktobers 1995 zum Schutz von Einzelfällen unter Beachtung des Umgang mit persönlichen Daten und der freien Bewegung dieser Daten.

Die Richtlinie hatte die Absicht Datenschutzgesetze in der ganzen EU zu harmonisieren. Die meisten der 1998 geschlossen Vereinbarungen wurden am 1. März 2000 durchgesetzt, obwohl es einige wenige Ausnahmen bis Oktober 2007 gab. Die Vereinbarung schloss ebenfalls einige Anmerkungen zum Schutz von digitalen Daten ein.

Sie etablierte die Basis- und Hauptprinzipien des Datenschutz innerhalb der EU. Dazu ein Auszug aus dem Gesetzestext, *Mitgliedsstaaten sollen die fundamentalen Rechte und Freiheiten von natürlichen Personen schützen, insbesondere ihr Recht auf Privatsphäre, und dieses auch im Umgang mit persönlichen Daten respektieren.* Außerdem beinhaltet die Vereinbarung eine komplette Regulierung der folgenden Themen im Bezug auf Datenschutz:

Die Prinzpien in Bezug auf Datenqualität

Die Kriterien um die Verarbeitung der Daten zu legitimieren

Die unterschiedlichen Verarbeitungskategorien

Die Informationen, welche dem Datensubjekt gegeben sind

Die Rechte des Datensubjekts, um auf die Daten zugreifen zu können

Die Rechte für Einwände des Subjekts

Diskretion und Sicherheit bei der der Verarbeitung

Anzeige

Übertragung der Daten in dritte Länder

Begrenzung und Haftung

Europäischer Bereich der Vereinbarung (Berücksichtigungen welche in nationale Regulierungen im Bezug auf die Acquis Communautaire eingeschlossen werden)

Die Vereinbarung war der erste Schritt um einen europäischen Rahmen für das Allgemeinwohl zur Regulierung des Datenschutzes zu schaffen.

http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31995L0046:en:NOT – Die Vereinbarung in sämtlichen Sprachen finden Sie hier.

1

Personal data protection act - http://www.pdpc.gov.sg/personal-data-protection-act#sthash.nnqn1B5A.dpuf

Bitte behalten Sie folgende Prinzipien im Kopf, wenn Sie irgendeine Aktivität im Bereich Datenschutz vornehmen.

Persönliche Daten sollten:

1. Fair und rechtmäßig verarbeitet: Seien Sie vorsichtig mit den Daten, die Sie anfordern. Prüfen Sie die geltenden Rechtsvorschriften, und vermeiden Sie nach Daten zu fragen, die die Freiheit der Personen (über Religion, ethnischen, politischen Zuschreibung) einschränken könnte.
2. Wo es möglich ist, versuchen Sie eine schriftliche Erlaubnis zu bekommen. Die Menschen müssen ihre Zustimmung geben, ihre Daten zu nutzen. Die schriftliche Zustimmung ist nicht immer eine gesetzliche Verpflichtung (auch für sensible persönliche Daten), aber es wäre besser, wenn Sie nach einer schriftliche Erlaubnis fragen.
3. Für begrenzte Zwecke verarbeitet: Bitte vergessen Sie nicht, über den Zweck der Daten, die Sie anfordern zu informieren.
4. Angemessen, relevant und nicht übermäßig: nur so viele Daten, beschaffen um den Zweck zu erfüllen; es ist nicht akzeptabel, zusätzliche Daten zu beschaffen "nur für den Fall", es könnte notwendig sein.
5. Nicht länger als nötig behalten.
6. Sicher: Bitte verwenden Sie geeignete Management-Systeme, um die widerrechtliche Verwendung oder versehentlichem Verlust oder Beschädigung (z. B. Passwort Zugang, Back-ups) zu verhindern.
7.
8. Nicht an Dritte übertragen ohne ausreichenden Schutz.

Testfragen:

1. *Es gibt fünf Prinzipientypen im Journalismus:*

a) Forschung, Neuigkeiten, Bewertung, Kolumnen und Humor

b) Forschung, Neuigkeiten, Bewertung und Kolumnen

c) Google drive, Ubuntu one, dropbox und iCloud

d) Forschung, Neuigkeiten, Sport und Kolumnen

2. *Was für Quellen können für Inhalte berücksichtigt werden?*

- *a) Texte und Grafiken*
- *b) Infografiken und Audio*
- *c) Video (Livestreams)*
- *d) Alles ist gültig*

3. *Eine Medienplattform ist:*

a) eine Online-Umgebung, die Online-Software (manchmal auch Hardware-Lösungen) anbietet um Medieninhalte zu gestalten, zu produzieren, zu veranstalten (to host), zu verteilen und zu veröffentlichen

b) eine Online-Umgebung, die Online-Software (manchmal auch Hardware-Lösungen) anbietet um Medieninhalte zu veröffentlichen

c) eine Online-Umgebung, die Online-Software (manchmal auch Hardware-Lösungen) anbietet um Medieninhalte zu kreieren

d) eine Online-Umgebung, die Online-Software (manchmal auch Hardware-Lösungen) anbietet um Medieninhalte zu produzieren

4. *Der Begriff „digitales Recht" bezieht sich auch:*

a) die Beziehung zwischen digitalen Produkten, die dem Urheberrecht unterliegen (wie z.B. Film,

Musik und Kunst) , und Rechten, die sich auf Computer, Netzwerke und elektronische Geräte beziehen

b) die Beziehung zwischen digitalen Produkten, die dem Urheberrecht unterliegen (wie z.B. Film, Musik und Kunst), und deren Nutzungserlaubnis

c) die Beziehung zwischen digitalen Produkten, die dem Urheberrecht unterliegen (wie z.B. Film, Musik und Kunst), deren Nutzungserlaubnis und Rechte bezüglich Computern, Netzwerken und elektronischen Geräten

d) die Beziehung zwischen Nutzungsrechten und Rechten bezüglich Computer, Netzwerken und elektronischen Geräten.

5. *Was sind die englischen Attribute der Creative Commons Lizenz:*

- ***a. Attribution, Not derivative works and Share alike,***
- ***b. Attribution, Non-commercial and Share alike,***
- ***c. Attribution, Non-commercial, Not derivative works and Share alike,***
- ***d. Attribution and Share alike.***

Module C – Train the Trainer

Einführung

Mit Hilfe der “New Media Production Methodology” entwickeln oder verbessern die Teilnehmer ihre Fähigkeiten im Medienbereich. Während Modul A und B von verschiedenen Bereichen der praktischen Medienarbeit handeln, wie z.B. der A/V-Produktion oder modernen journalistischen Standards, bereitet Modul C die Teilnehmer auf die wichtigsten Voraussetzungen für erfolgreiche Freiberufler und Führungskräfte vor: Wie gebe ich das neu erlangte Wissen an andere Leute weiter? Wie präsentiere ich mich selbst – und meine wie meine Botschaft? Oder kurz gesagt: Wie leite ich eine Präsentation oder ein Seminar mit modernen Methoden und einem aktuellen didaktischen Konzept?

Zielgruppe

Modul C richtet sich an Menschen, die Fachwissen in bestimmten Gebieten aufweisen können und es an andere Personen weitergeben möchten.

Gesamtübergreifend richtet sich die vollständige Methodologie an Freiberufler und Experten aus Bereichen der Öffentlichkeitsarbeit, des Marketings und Coachings, der Beratung o.ä. Im Rahmen dieser Zielgruppe sollten interessierte Personen über folgende Voraussetzungen verfügen, die eine erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul ermöglichen:

- Offenheit und Neugier
- Ein hohes Maß an Kommunikationsfähigkeit
- Ein hohes Verständnis und Einfühlvermögen gegenüber anderen Personen
- Die Fähigkeit zum strukturierten Arbeiten

Modul C ist so konzipiert, dass es jeden Teilnehmer, der die Voraussetzungen erfüllt, zu einem guten Trainer, Seminarleiter oder Moderator macht.

Überblick

Dieses Modul besteht aus 6 Kapiteln mit verschiedenen Kernelementen. Der Kurs führt die Teilnehmer auf moderne und praktische Weise sowohl in die theoretische Basis (mit Hilfe von verschiedenen Übungen) als auch in die Praxis (mit Hilfe eines entsprechenden Abschlussprojekts) ein, um jeden einzelnen auf eine erfolgreiche Seminarleitung vorzubereiten.

Rolle und Fähigkeiten des Trainers. Dauer: 03:30 Zeitstunden

In diesem Kapitel wird erklärt, welche Fähigkeiten ein guter Trainer mitbringen muss. Darüber hinaus werden verschiedene Wege zur Selbstpräsentation als Trainer aufgezeigt und Tipps zum Umgang mit bestimmten Seminarsituationen gegeben.

Trainingszyklus-Management. Dauer: 04:00 Zeitstunden

Dieses Kapitel zeigt den vollständigen Planungsprozess eines umfassenden Seminars – von der Skizze bis zur Auswertung.

Kommunikation mit den Teilnehmern. Dauer: 02:30 Zeitstunden

In diesem Kapitel werden technische und persönliche Wege zur Kommunikation zwischen Trainern und Teilnehmern aufgezeigt.

Wissenstransfer & didaktische Methoden. Dauer: 04:00 Zeitstunden

In diesem Kapitel wird der Unterschied zwischen Didaktik und Methodik erklärt – und wie Trainer sich dieses theoretisches Wissen für ein erfolgreiches Seminar zunutze machen können.

Leitung eines interaktiven Workshops. Dauer: 03:00 Zeitstunden

Dieses Kapitel nimmt Bezug auf moderne Technik und konzentriert sich auf einen der wichtigsten Trends im Seminarwesen: Das Webinar.

Praxisprojekt: Trainer sein. Dauer: 06:00 Zeitstunden

In diesem Kapitel wird die Theorie zum Leben erweckt: Die Teilnehmer nutzen ihr neues Wissen aus den vorherigen Kapiteln und planen ein eigenes Seminarelement.

Voraussetzungen, um Modul C durchführen zu können

Um die Inhalte von Modul C erfolgreich anwenden zu können, sollte die durchführende Organisation oder Person im Idealfall die folgenden infrastrukturellen und personellen Voraussetzungen erfüllen:

Personal. Der für das Seminar verantwortliche Trainer (oder die Trainer) sollte über folgende Fähigkeiten verfügen:

- Weitreichende Erfahrung in der Seminarleitung
- Die Fähigkeit, auf der Meta-Ebene zu arbeiten
- Erfahrung in der Trainingsbedarfsanalyse und Flexibilität, um sich auf spontane Bedürfnisse einstellen zu können
- Breitgefächertes Medien-Wissen, um ein modernes Seminar durchführen und moderne Trainingsunterlagen erstellen zu können

Infrastruktur. Findet das Seminar “offline” statt, sollte die Räumlichkeit folgende Voraussetzungen erfüllen:

- Ein großer, heller und auf spezielle Seminarbedürfnisse anpassbarer Raum
- Zugang zu allen benötigten Medien (Internet, Beamer, Flipchart etc.)
- Die Möglichkeit, das für das Seminar benötigte Equipment nutzen zu können (z.B. Kameras, Leuchten etc.)
- Ausreichende Verpflegungsmöglichkeiten
- Zugang für Teilnehmer mit besonderen Bedürfnissen.

Findet das Seminar online statt, müssen alle Teilnehmer vorab über die Mindestsystemvoraussetzungen (s. Kapitel 6) informiert werden. Darüber hinaus muss der Trainer den Online-Raum den Seminarbedürfnissen entsprechend vorbereiten.

Rolle und Fähigkeiten des Trainers

Lernziele: Die Rolle des Trainers, seine Fähigkeiten, seine Führungsstile kennenlernen – und wieso sie wichtig sind

Dauer: 5 Zeitstunden

Zielgruppe: Image- und & Werbe-Experten, PR-Experten, Verkaufs- und Marketing-Experten, Coaching-Experten, Beratungsexperten, Public Relation Specialists, Sales & Marketing Specialists, Coaching Specialists, Consulting Specialists, Content-Experten

Jede/r, der als Trainer/in arbeitet, sollte über verschiedene Fähigkeiten und eine selbstreflektierende Haltung bezüglich seiner/ihrer Aufgaben und Rolle verfügen. Die wichtigsten Kompetenzen werden im Folgenden präsentiert:

Personale Kompetenz

Die personale Kompetenz stellt die Person in den Mittelpunkt, sein Selbstverständnis, seine Fähigkeit, sich zu reflektieren in Bezug auf seine Kompetenzen und seine Rolle. Wer über personale Kompetenz verfügt, reflektiert sein Handeln, seine Position und seine persönliche Einstellung in und zu unterschiedlichen Kontexten.

Als Trainer/in bedeutet dies u.a. der Rolle eines/r Trainer/in gerecht zu werden, sich darüber Gedanken gemacht zu haben, welche Erfordernisse diese Rolle mit sich bringt, ob und wie diese Rolle souverän ausgefüllt werden kann und welche Fähigkeiten möglicherweise noch fehlen, um daraus gegebenenfalls die entsprechenden Handlungen abzuleiten.

Der Begriff „Standing“ hat sich entwickelt, um all dies zusammenzufassen. Ein/e Trainer/in, der/die über Standing verfügt, hat diese Rolle angenommen und füllt sie angemessen, fachlich und professionell in einem gelungenen Umgang mit Menschen aus.

Soziale Kompetenz

Die soziale Kompetenz verlagert den Schwerpunkt vom Individuum auf die Gruppe. Allgemein formuliert mein die soziale Kompetenz die Summe an persönlichen Einstellungen und Fähigkeiten, die für eine gelungene soziale Interaktion zwischen dem Individuum und einer Gruppe notwendig sind. Ein Trainer arbeitet in Lehr-Lern-Kontexten häufig mit Gruppen. Die soziale Kompetenz ist daher von großer Wichtigkeit, weil sie die Atmosphäre in diesem Kontext maßgeblich beeinflusst. Solange der/die Trainer/in nicht über eine ausreichend soziale Kompetenz verfügt, ist ein erfolgreiches Lernerlebnis für die Teilnehmer stark gefährdet.

Fachliche Kompetenz

Die fachliche Kompetenz umfasst zum einen das notwendige Fachwissen, das der/die Trainer/in vermitteln soll, sie geht aber darüber auch noch hinaus, indem sie neben dem Wissen und Beherrschen der Lehrinhalte diese auch in größere Zusammenhänge einordnet. Ein Trainer sollte neben der Fachkompetenz im engeren Sinne auch immer in Kontexten denken können, also zu einem Transfer der Fachkenntnisse in andere Kontexte fähig sein. Er sollte „über den Tellerrand hinausschauen“ können und erkennen, wo und wie seine Fähigkeiten am besten von Nutzen sind.

Methodische Kompetenz

Wer als Trainer arbeitet, muss über ein großes Repertoire an Methoden verfügen, die es ihm erlauben, Lerninhalte angemessen zu vermitteln. Das bedeutet, dass er neben der reinen Kenntnis von verschiedenen Methoden auch wissen muss, welche Methode in welchem Kontext sinnvoll eingesetzt werden kann. Nicht jede Methode passt zu jedem Thema, Kontext oder Teilnehmenden. Bei der methodischen Kompetenz geht es daher sowohl um die Kenntnis als auch den angemessenen Umgang und Einsatz von Methoden.

Die Methodenkompetenz eines Trainers kommt bereits im Vorfeld einer Lehr-Lern-Situation zum Tragen, wenn er Seminar- oder Workshop-Einheiten planen und sich dabei auf Methoden festlegen muss, die ein optimales Lernumfeld ermöglichen. Der Trainer muss also bereits im Vorfeld ein Lernziel definiert haben, den Lernprozess der Teilnehmenden berücksichtigen sowie die Rahmenbedingungen der Lehr-Lern-Situation (große/kleine Gruppe, Homo-/Heterogenität der Gruppe, viel/wenig Platz, welches Material steht zur Verfügung, was muss noch besorgt werden etc.) in seine Planung mit einbeziehen, um die richtigen Methoden auszuwählen. Sind all diese Punkte gegeben, verfügt der Trainer über methodische Kompetenz.

Pädagogische Kompetenz

Ein guter Trainer muss über besondere Fertigkeiten und pädagogische Fähigkeiten besitzen, die im Folgenden vorgestellt werden und sich auf jede Art von Training in der Erwachsenenbildung beziehen.

Bereitschaft zum Feedback. Mit dieser Kompetenz ist die Fähigkeit des Trainers gemeint, den Teilnehmenden ein angemessenes Feedback über ihren individuellen Lernprozess und ihre Lernergebnisse zu geben. Dabei geht es auch um die Art und Weise des Feedbacks, d.h. wie der Trainer seinem Teilnehmenden erklärt, was bereits gut ist und was beim nächsten Mal besser gemacht werden könnte. Trainer können ihrerseits natürlich auch Feedback von den Teilnehmenden, anderen Trainern oder Aufsichtspersonen erhalten.

Aus eigenen Erfahrungen lernen. Wissen, Fähigkeiten und Einstellung sollten die drei parallelen Entwicklungsziele eines guten Trainers sein. Ein kompetenter Trainer zeichnet sich aufgrund einer gesunden Einstellung und persönlichen Zielen durch Wissbegierde sowie Willen und Talent zur richtigen Anwendung von Wissen und Fähigkeiten bei seinen Aufgaben aus.

Ein Trainer sollte daher regelmäßig…

- …neues Wissen erlangen
- …seine Fähigkeiten trainieren
- …seine Einstellung und Werte hinterfragen

Das kann folgendermaßen erreicht werden:

- Fortlaufendes Informieren über aktuelle Trends und Verbesserungen bei Trainingsmethoden und den Fachgebieten des Trainers/der Trainerin
- Geeignte Informationsquellen hierzu sind entsprechende Fachliteratur, thematisch relevante Internetportale, Studien und Forschungen
- Treffen mit anderen Fachleuten (am besten in Foren nach Fachtagungen suchen)

- Den Erfahrungsaustausch, der im Vergleich zum Selbststudium weniger Zeit braucht und es dem/der Trainer/in auch erlaubt, andere Leute aus seinem/ihrem Fachgebiet kennenzulernen und dabei zukünftige Projekte anzustoßen

Fähigkeit zur Kritikannahme und Kritikäußerung. Im Verlauf von Workshops einigen sich Trainer/in und Teilnehmende normalerweise auf bestimmte Regeln, die im Seminarraum gelten („Verhaltensabkommen"). Eine dieser Regeln lautet üblicherweise „Nicht kritisieren, sondern konstruktives Feedback geben." Wird Kritik allerdings außerhalb des Seminarraums ausgetragen, kann das schnell zu einem offenen Konflikt zwischen den Teilnehmenden oder zwischen Trainern und Teilnehmenden führen. In beiden Fällen würde der eigentliche Sinn des Workshops verloren gehen oder zumindest stark darunter leiden.

Um solche Situationen zu vermeiden, muss der/die Trainer/in bei der Vorbereitung auf zwei Dinge achten (mehr dazu in der „Trainingszyklus-Management"):

- Verbindung von Seminarzielen, die vom/von der Trainer/in erreicht werden sollen (z.B. vom Auftraggeber), mit den Zielen der Teilnehmenden (Trainingsbedarfsanalyse) – in der Vorbereitungsphase durch Gespräche mit den Geldgebern, der Personalabteilung und Managern oder bei Telefoninterviews (oder noch besser Vor-Ort-Gespräche) mit Teilnehmenden. Falls das nicht möglich ist, sollten zumindest schriftliche Interviews mit den Teilnehmenden durch den Auftraggeber vorbereitet werden. Es ist sehr wichtig, die Wünsche der Teilnehmenden zu berücksichtigen.
- Insbesondere wichtig ist das Vorwissen der Teilnehmenden, wer sie sind, was sie tun und ob es Teilnehmende gibt, die Probleme während des Workshops verursachen könnten

Mit Hilfe dieser Kenntnisse kann der/die Trainer/in sehr viel effizienter arbeiten, weil es einfach wird, den Seminarverlauf und die Meinungsäußerungen der Teilnehmenden zu lenken.

Kreativität und Flexibilität in Gedanken und in der Praxis. Ein guter Trainer sollte kreativ arbeiten und auf der Suche nach wirklichen Neuerungen sein. Kreativität ist die treibende Kraft für jedwede Form von Erfolg, weil sie die bislang unentdeckten Möglichkeiten und Ideen jedes und jeder Einzelnen zu Tage fördern kann.

Kreativität kann gezielt gefördert werden:

- Durch Experimentierfreudigkeit: Austausch von Ideen und Konzepten verbunden mit Gedankenspielen
- Durch Spielfreude: eine kindliche Faszination für die Welt aneignen
- Durch Spontanität: Erlauben Sie es sich, impulsive Entscheidungen und Ihrer Intuition zu vertrauen. Das ist der beste Weg, um neue Ideen und Selbstsicherheit zu gewinnen

Ein/e gute/r Trainer/in sollte in Gedanken und bei der Arbeit außerdem flexibel sein, denn häufig müssen geplante Trainingsverläufe aufgrund besonderer Vorkommnisse mit der Gruppe oder Technik angepasst werden.

Fähigkeit zur Analyse und Zusammenfassung. Trainer sollten nicht nur reden und Folien ablesen. Effektiv wird ein Workshop erst durch Praxisanteile, ausgehend von der Grundidee, dass ein idealer Workshop aus 20-30 % Theorie und 70-80 % Praxis besteht. Je weniger Theorie eingebracht werden muss, desto effizienter gestaltet sich das Training. Übungen, Diskussionen und Fallstudien geben dem/der Trainer/in außerdem die Möglichkeit, die Gruppe genau zu beobachten und direkte Antworten zu geben.

Eine wichtige Aufgabe des/der Trainers/in ist das Sammeln und Zusammenfassen von Informationen und Meinungen und sie mit den Lernzielen nachvollziehbar in Verbindung zu setzen. Außerdem sollte er/sie die Teilnehmenden zur selbstständigen Problemlösung motivieren und sie dabei beratend durch die Aufgaben führen. Trainer sollten jeden größeren Seminarblock zusammenfassen und für den Abschluss des Workshops einen Bericht vorbereiten, der die einzelnen Ansichten und besten Arbeitsmethoden noch einmal zusammenfasst. Ein gut aufbereiteter Bericht dient außerdem als nützliche Informationsquelle für die Teilnehmenden selbst, aber auch mögliche Auftraggeber (z.B. Personalstellen oder Manager).

Akzeptanz unterschiedlicher Ansichten. Jeder hat das Recht, seine Meinung zu äußern – ein Umstand, den kein/e Trainer/in vergessen darf! Es ist immer hilfreich, ein Problem aus mehreren Perspektiven zu betrachten, um effektiv Lösungen und Ziele zu erreichen. Je besser es gelingt, Vielfalt zu akzeptieren, desto eher verbessern sich auch Kommunikation und Zusammenarbeit in der Gruppe. Auch Kreativität und Effizienz, u.a. im eigentlichen Beruf, können dadurch gefördert werden.

Konzentration auf Ziele und Teilnehmende. Der/die Trainer/in sollte die Gruppe sowohl als Ganzes als auch als Zusammensetzung einzelner Individuen betrachten – es ist wichtig, sich nicht nur auf seinen Ablauf, sondern auch auf die teilnehmenden Personen zu konzentrieren. Manchmal arbeiten Trainer auch mit anderen Trainern zusammen – auch das kann nur gut funktionieren, wenn man sich und seine Arbeitsweise gut kennt.

Teilnehmende sind sehr verschiedenen und nehmen verschiedene Rollen ein. Der/die Trainer/in sollte die Teilnehmenden auf ihre psychologischen Bedürfnisse, Verhaltensweisen und Rolle in der Gruppe hin analysieren. Wenn ein/e Trainer/in wirklich jeden Teilnehmenden zur Mitarbeit bewegen möchte, sollte er/sie auch für jeden Teilnehmenden die passende Möglichkeit zur Anwendung ihrer Fähigkeiten schaffen, in der sie sich möglichst wohlfühlen und Anerkennung durch andere Gruppenmitglieder erhalten können. Der/die Trainer/in muss sich immer den unterschiedlichen Bedürfnisse der einzelnen Teilnehmenden bewusst sein. Die Tatsache, dass Menschen beteiligt sind und ihren Beitrag zur Gruppenarbeit auf unterschiedliche Art und Weise leisten, muss durch unterschiedlicher Herangehensweise auf bestimmte Personen durch den/die Trainer/in berücksichtigt werden.

Fähigkeit zur Konzentration auf ein Problem. Der wichtigste Teil des Trainings ist das Lernziel. Während des Seminars hört der/die Trainer/in zu, beobachtet, stellt zum Nachdenken anregende Fragen und leitet den Workshop so, dass niemand mit offenen Fragen zurückbleibt. Der/die Trainer/in sollte Situationen vermeiden, in denen sich Teilnehmende vom Lernziel entfernen. Stattdessen sollte er/sie immer so viele Lösungsmöglichkeiten wie möglich anbieten, so dass für alle Teilnehmenden etwas nach ihrem Geschmack dabei ist.

Kontrolle über die Kommunikation. Um ein Seminar effektiv und interessant zu gestalten, muss der/die Trainer/in den Kurs in hervorragender mentaler und körperlicher Verfassung antreten und dabei unvoreingenommen der Gruppe zuhören und sie leiten.

Regeln zur Kommunikation:

- Es spricht nur eine Person auf einmal
- Alle Beteiligten werden respektvoll behandelt
- Jede Person spricht nur für sich selbst
- Meinungen, die im Rahmen des Workshops geäußert werden, werden nicht nach draußen getragen
- Diskretion und Anstand gelten durchgängig

Der/die Trainer/in schlüpft in die Rolle des Vermittlers und führt die Teilnehmenden mitsamt ihrer Emotionen durch das Seminar. Außerdem kontrolliert er/sie Häufigkeit und Dauer einzelner Wortbeiträge, fasst sie zusammen und gibt positive Rückmeldungen.

Umgang mit schwierigen Situationen. Es gibt natürlich keine Patentlösung für sogenannte Extremsituationen innerhalb einer Seminargruppe, weil jeder Kurs aufgrund seiner Begleitumstände wie Zeit, Ort und Persönlichkeiten einzigartig ist. Sollte es zu einer Ausnahmesituation mit tiefergehenden Krisen und Konflikten kommen, sollte der/die Trainer/in wissen, dass diese Probleme nur gemeinsam mit den Beteiligten gelöst werden können. Der/die Trainer/in ist Schlichter! Er/sie sollte sich nicht einmischen, solange die Teilnehmenden keine Lösungsbereitschaft zeigen. Stattdessen sollte er/sie mit beiden Seiten Gespräche führen und die gesamte Gruppe nutzen, um aggressive Einzelpersonen zu beruhigen. Dabei sollte auch immer das oben geschilderte „Verhaltensabkommen" beachtet werden.

Auf der anderen Seite kann eine ablehnende Haltung der gesamten Gruppe zu großem Verdruss führen – die Teilnehmenden brauchen das Training zwar, aber sie wollen nicht mehr. In solchen Situationen sollte der/die Trainer/in sich nicht „gegen die Gruppe stellen", sondern vielmehr mit Humor und Flexibilität reagieren und die Situation ausdiskutieren.

Technische Kompetenz

Wirklich wohl kann sich ein Trainer in seiner Rolle nur fühlen, wenn er ein Fachmann für das Seminarthema ist. Aber reicht das schon aus? Denn unabhängig vom seinen Fachkenntnissen muss ein Trainer auch die technischen Aspekte einer Seminarleitung vollständig beherrschen. Häufig muss er dabei unabhängig und ohne externe Unterstützung arbeiten. Um einen ansonsten guten Kurs nicht scheitern lassen zu müssen, sollten folgende Aspekte beachtet werden:

Trainer und Tools zur Erstellung von Begleitmaterial. Eine gute Präsentation zeichnet sich durch ihre Anpassung an die jeweiligen Umstände (Teilnehmende, Auftraggeber etc.) aus. Schon bei der Erstellung sollten all diese Wünsche im Hinterkopf behalten werden, damit die fertige Präsentation die optimale Informationsquelle für das jeweilige Seminarthema darstellt.

Zur Erstellung von Präsentation kann auf verschiedene Software zurückgegriffen werden:

- Microsoft PowerPoint,
- Adobe Captivate,
- Apple Keynote,

- Prezi.

Die beliebteste Präsentationssoftware ist vermutlich PowerPoint, aber die Wahl liegt natürlich beim Trainer. Eine Software allein ist ohnehin nicht für die Qualität einer Präsentation verantwortlich, sondern vielmehr ihre Bedienung und das Einbinden von hochqualitativen Inhalten.

Unabhängig von der Wahl der Software sollten folgende Regeln eingehalten werden:

- **Texte** – sollten in Form von Schlagworten dargestellt werden, die im Laufe des Seminars erläutert werden. Nutzt der Trainer größere Textblöcke, werden die Teilnehmenden zum Lesen verleitet und hören ggf. nicht mehr zu
- **Bilder/Fotos** – auf gar keinen Fall „billige" Bilder nutzen, z.B. ClipArt. Stattdessen sollte jedes einzelne Bild gut gewählt und von ausreichender Qualität sein, z.B. durch Stock-Fotos.
- **Diagramme** – sollten nur bedeutsame und relevante Informationen zeigen und nicht überladen werden. Ein gutes Diagramm ist immer klar und leicht verständlich
- **Grafiken** – Die Präsentation muss konsistent gestaltet sein. Grafische Elemente sollten also visuell verbunden sein und z.B. angepasst werden an Firmenlogos, Farbvorgaben, Formen etc.
- **Schriftart** – im Idealfall eine oder maximal zwei Schriftarten nutzen. Kursive Schrift ist häufig nicht gut zu lesen und sollte im Zweifelsfall vermieden werden. Überschriften werden natürlich größer, Textabschnitte dafür kleiner geschrieben
- **Animationen** – Es ist kein Muss, Animationen zu nutzen. Häufig sind sie sogar eher ablenkend und störend, wenn sie nicht passend und mit Bedacht eingesetzt werden (z.B. der Aufbau eines Diagramms)

Ein grundlegendes Problem ist es, eine Präsentation gehaltvoll und interessant zu gestalten. Kenntnisse darüber sind heutzutage sehr wichtig geworden – es geht nicht mehr darum, 100 Folien zu erstellen und den Inhalt in monotoner Stimme abzulesen. Wie wohl jeder aus eigener Erfahrung weiß, führt das schnell zu Ärger oder sogar Schläfrigkeit bei den Zuhörern. Zwar gibt es kein ideales Medium für eine perfekte Präsentation und natürlich kann jedes Thema auf unzählige Arten und Weisen präsentiert werden, trotzdem gibt es einige allgemeine Regeln, die immer hilfreich sind:

- Der Trainer sollte ein absoluter Experte in seinem Fachgebiet sein und ausreichend Hintergrundinformationen besitzen (aus Büchern, Artikeln, Filmen, Internet)
- Der Trainer sollte die Präsentation an die Bedürfnisse seiner Teilnehmenden anpassen. Eine Bedarfsanalyse kann sehr hilfreich sein, um Inhalte und Ansprechhaltung dementsprechend zu verändern
- Jede Präsentation sollte ein festgelegtes Ziel verfolgen: Was soll sie erreichen? Wieso wird sie durchgeführt?
- Alle Hilfsmittel sollten wohldosiert werden: ein guter Trainer nutzt verschiedene Medien, allerdings nicht im Überfluss, um die Aufmerksamkeit der Teilnehmenden nicht in falsche Bahnen zu lenken
- Ein Ablaufplan sollte in jedem Seminar und bei jeder Art von Präsentation vorhanden sein, damit alle Beteiligten wissen, was sie erwartet

Trainer und Ausrüstung. Jeder Trainer kommt natürlich auch mit verschiedener Ausrüstung und Hardware in Berührung. Einige sind in ihren Funktionen deckungsgleich, unterscheiden sich aber in der Bedienung.

- ***Laptop***
    - Wird genutzt, um Begleitunterlagen, die im Laufe des Seminars genutzt oder gezeigt werden, zu speichern
    - Kann auch genutzt werden, um Materialien mit Teilnehmenden zu teilen (Publikationen, Links zu wichtigen Webseiten, Videobeispiele etc.)
    - Der Trainer sollte nicht während des gesamten Seminars am Laptop sitzen – für manche Teilnehmende wird das schnell langweilig. Verschiedene Methoden benötigen gar keinen Laptop und können den Kurs so auflockern
    - Der Laptop sollte während des Seminars nicht für Privatangelegenheiten genutzt werden

- ***Beamer***

  - Wird zum Anzeigen von Präsentationen oder anderer Materialien, die sich auf dem Computer befinden, genutzt
  - Der Trainer sollte den Beamer vorab ausprobieren und wichtige Funktionen wie „Hide“ und die Lampe überprüfen
  - Jede Folie sollte bei der Beamer-Präsentation ausreichend lang gezeigt werden, damit jeder Teilnehmende die Inhalte aufnehmenkann
  - Der Trainer sollte nicht auf das Beamer-Bild schauen, sondern in Richtung der Teilnehmenden (auf den Laptop zu schauen ist dabei in Ordnung)
  - Der Trainer sollte während der Präsentation nicht durch den Lichtstrahl laufen
  - Mit einem Laserpointer oder dem Maus-Cursor können einzelne Punkte der Folien angezeigt werden, die Hände sollten dafür nicht genutzt werden
  - Wenn die Präsentation längere Zeit nicht fortgeführt wird, sollte der Beamer vollkommen ausgeschaltet werden (auch ein „leerer“ Lichtstrahl auf der Wand kann die Teilnehmenden ablenken)
  - Der Beamer sollte möglichst in der Ecke des Raums platziert werden statt in der Mitte (die Leinwand wird nur in der Mitte platziert, wenn der Trainer der einzige Vortragende ist und alle Folien sich in seiner Präsentation befinden)
- ***Whiteboard / Flipchart***
  - Wird fortlaufend und an geeigneten Stellen genutzt
  - Nicht mehr benötigter Text wird weggewischt oder abgedeckt
  - Vorab können auch Karten vorbereitet werden, die der Trainer am Whiteboard/Flipchart nutzen kann, z.B. ausgeschnittene Pfeile, Schlagworte, Sätze – damit wird auch der Eindruck einer ungeplanten, möglicherweise sogar sinnlosen Einheit vermieden
  - Es sollten nur Inhalte gezeigt werden, die gerade aktuell sind oder aber gar nichts
  - Der Trainer sollte immer so deutlich wie möglich in Druckbuchstaben schreiben. Schreibschrift ist schwer zu lesen
  - Verschiedene Schrift- und Buchstabengrößen sowie Farben helfen bei der Gestaltung
  - Der Trainer sollte nicht mit dem Whiteboard/Flipchart reden, sondern in Richtung Publikum
  - Mit einem Filzstift oder den Händen können wichtige Punkte hervorgehoben werden
- ***Laserpointer***
  - Zum Hervorheben von Sätzen, kann der Laserpointer kurzzeitig eingeschaltet werden
  - Bei der Präsentation von Diagrammen oder noch komplexeren Folien, sollte der Trainer nicht die intensive Leuchtkraft des Laserpointers vergessen, die schnell ablenken kann
  - Der Trainer sollte natürlich nicht mit dem Laserpointer herumspielen

Ein weiteres wichtiges aber nicht audiovisuelles Gerät, das häufig genutzt wird, ist das USB-Speichermedium (z.B. Stick oder Festplatte). Es kann über den USB-Port an den Computer angeschlossen und zur Datenübertragung zwischen anderen USB-unterstützenden Datenträgern genutzt wird. Am häufigsten werden USB-Speichermedien zur Lagerung oder Übertragung von Dateien genutzt. Wegen ihrer geringen Größe werden sie daher auch häufig zur Mitnahme von Begleitmaterialien bei Seminaren genutzt.

Was passiert im Fall des Scheiterns? Im Rahmen seiner Arbeit trifft jeder Trainer auf verschiedene Herausforderungen, die Probleme dabei können vielschichtiger Natur sein: technische Probleme, ablehnende Grundeinstellung der Teilnehmenden, fehlendes Engagement, Unfälle oder große Konflikte innerhalb der Gruppe. Ein erfahrener Trainer sollte auf solche Situationen eingestellt sein und die Auslöser ausfindig machen. Es zeugt

von hoher Professionalität, wenn ein Trainer in solchen Situationen zielstrebig und sicher umgeht – und Professionalität ist es schließlich auch, was Teilnehmende von ihrem Trainer erwarten.

Mit folgenden technischen Problemen (die leicht zu vermeiden sind) haben Trainer relativ häufig zu kämpfen:

- Leere Marker/Stifte
- Der Beamer zeigt das Laptop-Bild nicht an
- Falsche Kabel/Stecker (z.B. bei PC und Mac)
- Kein Internetzugang
- Störende Umgebungsgeräusche, z.B. Klimaanlagen
- Keine vorinstallierte Präsentationssoftware, um die Begleitmaterialien zu zeigen
- Verschiedene Software-Versionen, z.B. bei PowerPoint
- Zu kurze Kabel
- Unpassende Räumlichkeiten (z.B. zu wenig Platz)

Normalerweise lassen sich die meisten Probleme schon dadurch umgehen, indem der Trainer seine eigenen Hilfsmittel mitbringt (Stifte, Flipchartpapiere etc.). Das gilt natürlich auch für Materialien, die er für den Kursablauf benötigt. Idealerweise speichert er sie auf verschiedenen Datenträgern ab, so kann er z.B. eine CD benutzen, falls der Computer keinen funktionierenden USB-Anschluss besitzt. Sollte eine PowerPoint-Präsentation genutzt werden, speichert der Trainer sie vorab am besten noch einmal als PDF-Datei ab und kontrolliert diese auf Fehler. Außerdem hat es sich bewährt, mindestens eine halbe Stunde vor Kursbeginn im Seminarraum zu sein, um mögliche Problemstellen zu erkennen und auszumerzen.

Hoher Sinn für Ästhetik und Benutzerfreundlichkeit von Materialien. Während der Vorbereitungsphase trifft der Trainer im Fall eines Auftrags üblicherweise die Teilnehmenden und das auftraggebende Unternehmen. Er erfährt dabei mehr über die Situation im Unternehmen, den Wettbewerbsvorteil des Unternehmen, ob das Unternehmen oder die Teilnehmenden Schwierigkeiten haben, wie das Unternehmen organisiert wird und ob Änderungen geplant sind. Mit Hilfe all dieser Erkenntnisse kann der Trainer anschließend einen angepassten Workshop vorbereiten, der auf nützlichen und praktischen Begleitmaterialien beruht. Alle eingesetzten Präsentationen sollten möglichst klar und transparent gestaltet sein und den Lernprozess voranbringen. Genauso wie die anderen Materialien sollten sie der „Sprache des Auftraggebers“ entsprechen, um ihre Arbeit nicht als vollkommen losgelöst von der Organisation betrachten zu lassen. Nach Abschluss des Seminars sollten die Materialien den Teilnehmenden zur Verfügung gestellt werden, damit sie weiterhin davon profitieren können.

Wer bin ich als Trainer?

Wer bin ich, wenn ich unterrichte? Das Ziel ist klar: Inhalte sollen vermittelt werden, Teilnehmende sollen lernen. Aber wie will ich wahrgenommen werden?
In der Wirtschaft werden auf Basis der Erkenntnisse des Sozialpsychologen Kurt Lewin vor allem drei Führungsstile unterschieden, die hier kurz vorgestellt werden, da sie sich in Teilen auch auf die Rolle des Trainers übertragen lassen.

Der autoritäre oder hierarchische Führungsstil. Hier gibt es eine klare Top-Down-Struktur: der Chef, Vorgesetzte oder Trainer gibt Anweisungen, verteilt Aufgaben, ohne die Befehlsempfänger (ob Angestellter der Schüler) um ihre Meinung zu fragen. Die Hierarchie ist geklärt, der Untergebene hat zu gehorchen. Werden Fehler gemacht, wird eher bestraft als geholfen. Eine Fehlerfreundlichkeit ist nicht vorhanden.

Dieser Führungsstil ist auch als Lehrstil an Schulen bis weit ins 20. Jahrhundert hinein üblich gewesen. Absoluter Gehorsam und Respekt durch Schüler wurde verlangt, Prügelstrafe, Nachsitzen, die Arbeit mit Versagensängsten waren Methoden, um Gehorsam und Fleiß seitens der Schüler zu gewährleisten.

Der demokratische oder kooperative Führungsstil. Wer so führt, bezieht Untergebene und Weisungsempfänger in die Arbeit mit ein. Er sucht den Austausch, wünscht sich ein sachliches Einbringen der Mitarbeiter in Form von konstruktiven Vorschlägen, Ideen etc. Durch das Einbeziehen der Mitarbeiter steigen oftmals sowohl ihre Motivation als auch ihre Leistungsbereitschaft, die selbstwirksam in die Arbeit eingebunden werden. Eine höhere Identifikation mit der Arbeit / dem Unternehmen kann die Folge sein. Dennoch bleiben auch bei diesem Stil die Kompetenzen klar geregelt, das bedeutet letztendlich ist auch dieser Führungsstil hierarchisch angelegt.
Für einen Trainer kann dies bedeuten, die Lernenden in ihrem Prozess zu begleiten und sich darauf einzulassen, dass sie das Tempo mitbestimmen und einen Anspruch darauf haben in ihrem Lernen methodisch optimal unterstützt zu werden. Gleichzeitig bleibt der Trainer aber auch dem Rahmen (gesetzt durch den Auftraggeber)

und den vereinbarten Zielen (Was muss bis wann vermittelt worden sein?) verpflichtet und muss diesen unterschiedlichen Ansprüchen gerecht werden.

Der Laissez-Faire-Führungsstil. Er ist das Gegenteil des autoritären Stils, denn er gewährt den Mitarbeitern größtmögliche Freiheiten, lässt sie sowohl ihre Arbeit als auch Organisation bestimmen, es gibt wenig geregelte Abläufe, alles passiert irgendwie, der Chef lehnt seine Rolle ab und übernimmt keine Verantwortung. Auch dieser Führungsstil hat sich im vergangenen Jahrhundert in Bildungs- und Erziehungssystemen wieder gefunden: die antiautoritäre Erziehung, Schulformen ohne Lehrer als Autoritätspersonen, die Abkehr vom Leistungsprinzip waren eine Antwort auf den autoritären Stil.
Es gibt weitere Führungsstile, die mehr oder minder Mischformen dieser drei darstellen. Zum Beispiel der folgende Stil, der sich vor allem auf der Trainerebene herauskristallisiert hat.

Der fördernde Stil. Bei ihm steht das Wirken des Trainers im Mittelpunkt, der seinerseits die Lernenden klar fokussiert. Das führt zu einer Trainerpersönlichkeit, die ausgewogen führt, fördert und fordert und weiß, wann was notwendig ist, die Freude an der Arbeit mit Menschen hat und sowohl prozess- als auch ergebnisorientiert arbeitet. Dieser Trainer nimmt die Bedürfnisse seiner Teilnehmenden ernst, verfügt über ein hohes Methodenrepertoire sowie hohe persönliche Souveränität und Standing in seiner Rolle, da sonst ein Abrutschen in den Laissez-faire-Führungsstil drohen kann. Er sieht sich selbst in der Verantwortung ein Umfeld und eine Atmosphäre zu schaffen, in der Lehren und Lernen möglich ist, ohne dabei seine Aufgaben und Ziele aus dem Blick zu verlieren.

Trainingszyklus-Management

Lernziele: Die Bedeutung des Trainingszyklus-Managements kennenlernen, warum es hilfreich ist und wie es richtig angewendet wird

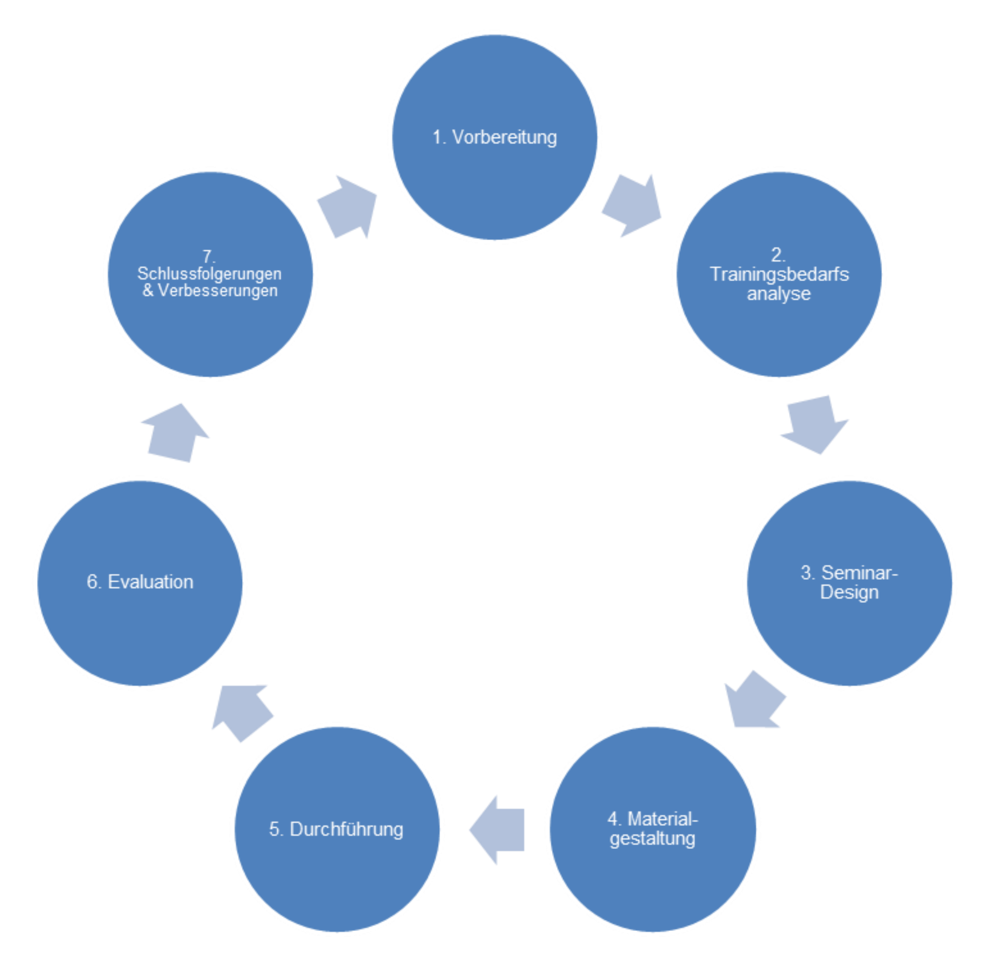
Dauer: 7 Zeitstunden

Zielgruppe: Image- und & Werbe-Experten, PR-Experten, Verkaufs- und Marketing-Experten, Coaching-Experten, Beratungsexperten, Content-Experten

Einführung in das Trainingszyklus-Management

Das Trainingszyklus-Management (TZM) ist ein systematischer Ansatz, um ein Seminar erfolgreich zu gestalten. Daher ist es wichtig, alle Arbeitsschritte des Kreislaufs **sorgfältig** zu erledigen.

Tatsächlich existiert eine Vielzahl an verschiedenen TZM, die häufig an bestimmte Umstände angepasst sind (z.B. um Marketing- oder Verwaltungsaufgaben erweitert). Das im Folgenden dargestellte Modell zeigt die essentiellen Bestandteile, aus dem jedes TZM bestehen sollte:



1) **Vorbereitung.** Die Vorbereitung eines Seminars kann verschiedene Aspekte umfassen. Einer der wichtigsten Bestandteile ist in jedem Fall die Teilnehmerauswahl, die idealerweise mit Hilfe von ausgefüllten Anmeldebögen besteht (ein Schritt, den manche auch erst NACH der Trainingsbedarfsanalyse durchführen, dazu später mehr).

Bei der Vorbereitung geht es außerdem um das Einholen relevanter Informationen über die Begleitumstände (Wer finanziert das Seminar? Wer stellt die Räumlichkeiten? Wer nimmt daran teil und warum?) und, wie zuvor erwähnt, eventuell auch um PR und aktive Teilnehmerakquise, die vom Trainer übernommen werden muss.

2) **Trainingsbedarfsanalyse.** Eine vollständige Analyse dessen, was die Teilnehmer wirklich lernen möchten, ist ein essentieller Bestandteil jedes einzelnen Seminars. Wird darauf verzichtet, kann das Seminar schnell wirkungslos (zum Beispiel durch starke Unterschiede in den Fähigkeiten der Teilnehmer) oder im schlimmsten Fall vollkommen irrelevant für jeden Teilnehmer werden. Deshalb muss jeder Trainer wissen, dass es verschiedene Arten von Teilnehmern mit unterschiedlichem Trainingsbedarf gibt und dafür verschiedene Ansatzpunkte zur Verfügung stehen. Der Trainer muss sein Seminarkonzept und seine Begleitmaterialien den speziellen Bedürfnisse der Gruppe anpassen – nicht umgekehrt. Das heißt, dass ein erfolgreiches TZM im Ganzen einen flexiblen Trainer erfordert, der Veränderungen offen gegenübersteht.

3) **Seminar-Design.** Grundsätzlich besteht jedes Seminar-Design aus einem ordentlichen Ablaufplan, der an den ermittelten Trainingsbedarf und die damit verbundenen Lernziele des Seminars angepasst ist. Natürlich kann ein Trainer ein und dasselbe Design mehrmals nutzen, aber es sollte nach einer umfassenden Trainingsbedarfsanalyse den Begebenheiten entsprechend angepasst werden.

4) **Material-Gestaltung.** Nachdem das Seminar-Design fertiggestellt ist, müssen die Begleitmaterialien (z.B. Handouts, PowerPoint-Folien, Übungsblätter) den Lernzielen entsprechend vom Trainer angefertigt werden. Das Material sollte die Methodik, die Durchführung und das effektive Lernen im Rahmen des Seminars unterstützen.

5) **Durchführung.** Die Durchführung des Seminars ist der erste nach außen hin sichtbare Schritt des TZM – und ihr Erfolg ist maßgeblich von den vorherigen Arbeitsschritten abhängig. Ein gut geführtes Seminar beruht immer auf einer ordentlichen Vorbereitung. Die eigentliche Seminarleitung ist aber natürlich auch vom jeweiligen Trainertyp und der Arbeitsfähigkeit der Gruppe abhängig. Daher muss auch ein perfekt vorbereitetes Konzept manchmal im laufenden Seminar geändert werden – ein guter Trainer ist auf solche Fälle eingestellt und kann sich anpassen.

6) **Evaluation.** Es gibt viele verschiedene Möglichkeiten, ein Seminar zu evaluieren, also zu bewerten. Am beliebtesten sind dabei sicherlich Bewertungsbögen, die zum Ende des Seminars verteilt und von Trainern und Teilnehmern ausgefüllt werden.

7) **Schlussfolgerungen und Verbesserungen.** Auch die umfassendste Evaluation verliert ihren Sinn, wenn sie in zukünftige Planungen nicht einbezogen wird. Eine gute Evaluation kann auch zu sehr schnellen Verbesserungen führen (z.B. Rechtschreibfehler in Handouts, Anpassung der Zeiten für einzelne Seminareinheiten etc.). Wichtig ist, dass der Trainer die richtigen Schlüsse aus dem Teilnehmerfeedback und seinen eigenen Eindrücken zieht und sie auf alle Schritte des TZM anwendet.

Das Trainingszyklus-Management im Detail

In diesem Kapitel werden die einzelnen Phasen des TZM im Detail erläutert. Bevor es mit der Entwicklung eines eigenen TZM losgeht, sollte sich jeder Trainer seiner persönlichen Ziele bewusst werden: Warum möchte er Seminare leiten? Welche Verantwortung trägt er dabei? Welchen Einfluss kann sein Training auf das Leben anderer Menschen haben?

Ein Seminar kann ein effektives Hilfsmittel sein, um neue oder bereits bestehende Fähigkeiten zu entwickeln oder zu verbessern. Viele Unternehmen betrachten Seminare daher als Investition in ihr „Humankapital“. Was für den Trainer nur ein weiteres Seminar ist, könnte für einen der Teilnehmer ein bedeutender Karriereschritt sein.

Daher muss die gesamte Vorbereitung mit der nötigten Sorgfalt und Ernsthaftigkeit angegangen werden. Ein TZM kann nur mit der richtigen Denkweise funktionieren.

Phase 1: Vorbereitung. The first phase can be divided into two sections:

1. Teilnehmer
2. Umfeld/Ausstattung

Natürlich müssen die Teilnehmer erst einmal gefunden werden. Inwieweit der Trainer sich an der Teilnehmerakquise beteiligen muss, hängt von den jeweiligen Projektumständen ab. Folgende Aufgaben könnten dabei anfallen:

- Ein (digitales) Anmeldeformular erstellen
- Potentielle Teilnehmer über entsprechende Netzwerke kontaktieren
- Werbetexte und Anzeigen schreiben, weitere PR-Aufgaben
- Anfragen bearbeiten
- Teilnehmer anhand der Anmeldeformulare auswählen

Wie zuvor erwähnt, können auch Marketing-Aktivitäten zu den Aufgaben eines Trainers zählen. Unabhängig davon, wie weitrechend diese Aufgaben ausfallen, sollte eine immer dem Trainer überlassen werden: das Erstellen oder zumindest die Auswertung der Anmeldeformulare, die ein essentieller Bestandteil jeder TZM-Vorbereitungsphase sind.

Sollte der Trainer die Anmeldeformulare selbst erstellen, sollte er alle für sich notwendigen Informationen abfragen, um guten Gewissens entscheiden zu können, wer an seinem Seminar teilnimmt. Die folgenden Informationen könnten dazugehören (Essentielle Informationen sind mit einem * markiert):

- Vollständiger Name*,
- Geschlecht*,
- Geburtsdatum*,
- Wohnort
- Sprache*,
- Beruf,
- Bildungsgrad*,
- Herkunft (kultureller Hintergrund),
- Motivation (warum möchte er am Seminar teilnehmen?),
- Spezielle Bedürfnisse (z.B. Mahlzeiten),
- Behinderungen (körperlich und geistig),
- Fähigkeiten (bezogen auf das Thema des Seminars)*,
- Erwartungen und Wünsche*.

Daneben spielen das Umfeld und die Ausstattung eine große Rolle. Der Trainer sollte sich über folgende Begebenheiten vorab informieren, falls das Seminar nicht online, sondern vor Ort stattfinden sollte:

- Ort/Räumlichkeit,
- Technische Ausstattung (z.B. Flipchart, Beamer etc.),
- Kontaktinformationen zum Seminarort (wer ist Ansprechpartner bei Problemen?),
- Verpflegung (wo können Teilnehmer essen und trinken?).

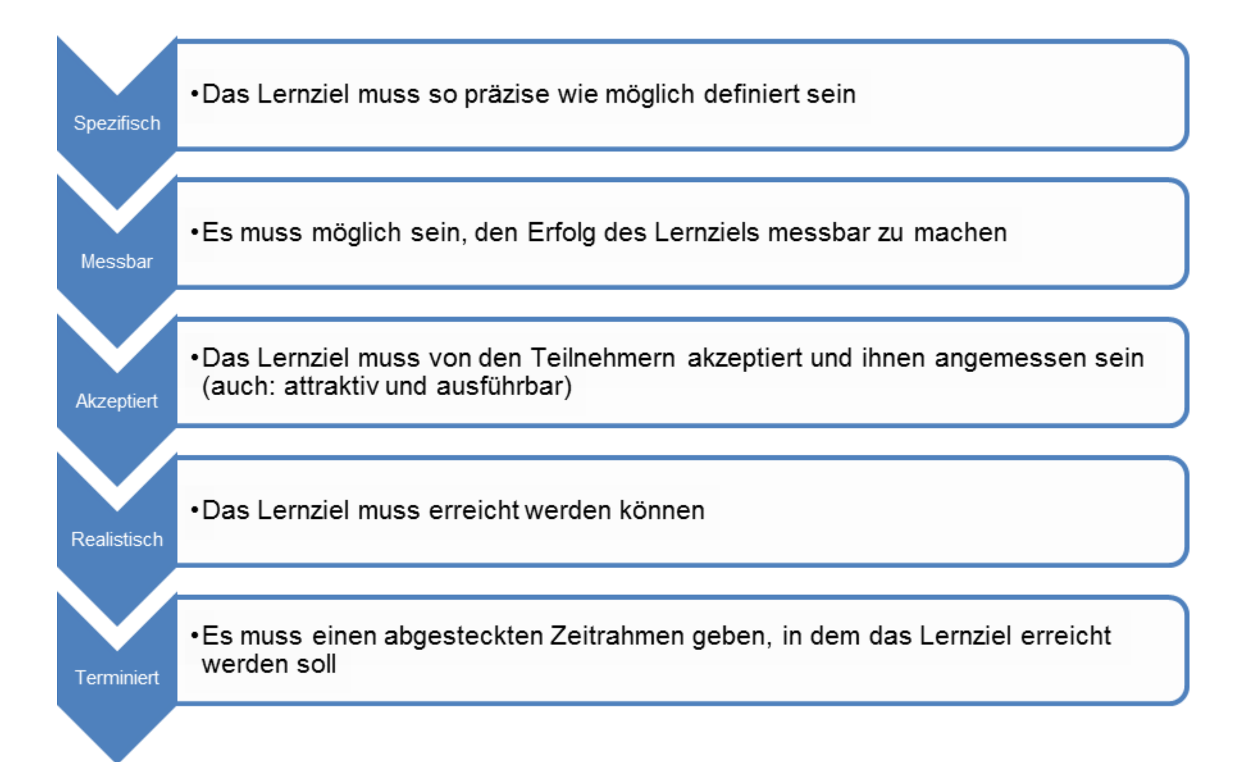
Bei Online-Seminaren ist es wichtig, vorab die Software (z.B. Skype) oder Browser-Treffpunkte (z.B. ClickMeeting) auf Funktionalität zu überprüfen.

Wurden alle diese Schritte sorgfältig durchgeführt, kann sich der Trainer in die zweite Phase des TZM begeben.

Phase 2: Trainingsbedarfsanalyse. Die Trainingsbedarfsanalyse (TBA) ist ein hilfreiches Werkzeug, um…

- den Status Quo (wie Dinge sind)
- den gewünschten Zustand (wie Dinge sein sollten)

herauszufinden. Um den Status Quo zu überwinden und den gewünschten Zustand zu erreichen, müssen die entsprechenden Lernziele ausgemacht werden. Bringt ein Lernziel die Teilnehmer dem gewünschten Zustand also nicht näher, sollte es verworfen werden. Um die Relevanz von Lernzielen schnell und umfassend zu überprüfen, hat sich die sogenannte **SMART**-Methode (Spezifisch, Messbar, Akzeptiert, Realistisch, Terminiert) als erfolgreiches Hilfsmittel erwiesen:



Um aber auch zu wissen, **welcher Trainingsbedarf überhaupt besteht**, kommt die TBA ins Spiel. Sie kann grundsätzlich in vier aufeinander aufbauende Grundelemente unterteilt werden, auch bekannt als DECS-Kette (aus dem Englischen: Bedarf = Demand, Schwerpunkt = Emphasis, Gründe = Causes, Lösungen = Solutions):



Bevor der Trainer der DECS-Kette folgt, muss er sich für eine Erhebungsmethode entscheiden. Es gibt verschiedene Möglichkeiten abseits des Anmeldeformulars den Trainingsbedarf von Teilnehmern zu ermitteln:

- Testgruppen-Treffen,
- Tests/Aufgaben (z.B. im Rahmen eines vorangehenden E-Learnings),
- Interviews/Gespräche (online, telefonisch, Face-to-Face etc.),
- Fragebögen (zusätzlich zu den Anmeldebögen),
- Vorherige Auswertungen aus ähnliche Seminaren untersuchen

Unabhängig von der Erhebungsmethode müssen darauffolgend die einzelnen Schritte der DECS-Kette ausgeführt werden:

1. **Bedarf (Demands).** Der erste Schritt ist im Prinzip eine Lückenanalyse, um akute Probleme zu ermitteln und Wissenslücken oder fehlende Fähigkeiten auszumachen. Der Trainer muss dabei herausfinden, was die Teilnehmer **im Moment** können und was sie **nach dem Seminar** können möchten. Die hier ermittelten Bedürfnisse werden später zur Festlegung der Lernziele genutzt.
2. **Schwerpunkt (Emphasis).** In dieser Phase muss der Trainer herausfinden, welche Bedürfnisse von Bedeutung für das Seminar sind – oder ob die ursprüngliche idee des Seminars sogar angepasst werden muss, weil viele Bedürfnisse auftreten, die vorab nicht auf der Agenda des Trainers standen. Sollte es auf andererseits Bedürfnisse geben, die von eher geringer Bedeutung im Vergleich zu anderen Bedürfnissen sind, sollten sie nicht beachtet werden, um das Seminar zielorientiert zu halten.
3. **Gründe (Causes).** In dieser Phase geht es um die Frage, wieso die ermittelten Bedürfnisse überhaupt vorhanden sind. Sobald der Trainer mehr über die Ursachen weiß, kann er Lösungen entwickeln und sie in den Seminarablauf einbinden. Zur Ermittlung der Gründe kann der Trainer sorgfältige Hintergrundüberprüfungen, Interviews oder Fragebögen einsetzen.
4. **Lösungen (Solutions).** Auf Grundlage der vorangehenden Erkenntnisse, sollte der Trainer abschließend sein Seminar-Design erstellen oder bereits vorhandene Elemente entsprechend anpassen.

In manchen Fällen ist es sinnvoller, die Praktikanten erst nach der TBA auszuwählen (z.B. wenn es sich um ein offenes, für jedermann zugängliches Seminarangebot handelt).

Folgende Schlüsselpunkte sollte der Trainer bei der Teilnehmerwahl beachten:

- Gruppengröße,
- Geschlechterverteilung und Altersunterschiede,
- Bildungsgrad und bereits vorhandene Fähigkeiten,
- Räumlichkeiten (vor allem bei Teilnehmern mit einer Behinderung)

Nach Abschluss dieser Phase kann der Trainer mit dem Seminar-Design beginnen.

Phase 3: Seminar-Design. Wie schon erwähnt hängt das Seminar-Design, also das Konzept oder die Gestaltung eines Seminars, von verschiedenen Schlüsselfaktoren ab, z.B. vom Thema, den Teilnehmern, dem Trainer selbst oder den Räumlichkeiten. Viele dieser Faktoren können schon vorab vom Trainer eingeplant werden, z.B. durch eine TBA.

Bei der konkreten Seminarplanung werden folgende Kategorien für den Ablaufplan empfohlen:

Zeit	Thema	Lernziel	Methode	Medien	Notizen
Anfang und Ende einer Einheit	Welches Thema hat diese Seminareinheit?	Was soll mit dieser Einheit erreicht werden?	Welche Methode wird angewandt, um das Lernziel zu erreichen?	Welche Medien werden für die Methode benötigt?	Platz für weitere Anmerkungen

All diese Kategorien sind die Grundlage für ein ordentliches Seminar-Design. Jede Zeile repräsentiert dabei eine Einheit bzw. ein einzelnes Seminar-Design-Element. Wie kleinteilig ein Seminar nach diesem Prinzip in Einheiten unterteilt wird, hängt ganz vom Geschmack des Trainers ab. Gerade Anfängern dürfte es deutlich leichter fallen, zunächst sehr viele Einheiten mit sehr präzisen Beschreibungen zu erstellen. Auf diesem Weg ist es auch optimal möglich, sogenannte „blind spots“ im Konzept auszumachen (z.B. Übergänge, die nicht funktionieren).

Folgende Elemente sollten Bestandteil jedes Seminars sein, unabhängig vom Thema:

- Begrüßung (inklusive Vorstellung des Tagesablaufs)
- Gegenseitiges Kennenlernen
- Erwartungen austauschen
- Pausen
- Ergebnissicherungen
- Energizer
- Feedback/Rückmeldungen
- Verabschiedung

Natürlich hat jeder Trainer andere Vorlieben bei der Wahl seiner Methoden. Eine Gruppe kann entweder sehr homogen oder sehr heterogen sein, daher muss der Trainer sehr flexibel sein und entsprechend reagieren können. Ein erfolgreiches Seminar zeichnet sich letzten Endes durch Methodenvielfalt, Abwechslung, Lernerfolge, einen roten Faden und Transparenz aus.

Es kommt häufig vor, dass Teilnehmer mit Wünschen in ein Seminar gehen, die mit dem grundsätzlichen Seminarinhalt überhaupt nichts zu tun haben. So möchten manche Teilnehmer neue Menschen kennenlernen, viel Spaß haben, sich selbst präsentieren, Interessen austauschen etc. Ein guter Trainer berücksichtigt diese Erwartungshaltung bei der Planung und bindet entsprechende Methoden in sein Seminar-Design ein.

In der schulischen Ausbildung ist mittlerweile auch klar, dass lange Lehrervorträge keinesfalls das Lernziel sichern, sondern eher dazu führen, dass Schüler ganz einfach abschalten. In der Lernpsychologie wird daher auch vom Ziel der Gedächtnishaftung gesprochen. Lernziele, Methodenvielfalt und ein gutes Gespür für die Bedürfnisse von Teilnehmern sind das Rüstzeug eines guten Trainers.

Kapitel 7 von Modul C enthält praktische Übungen zum Erstellen eines eigenen Seminar-Designs.

Phase 4: Material-Gestaltung. Eine der immer wieder aufkommenden Frage bei der Gestaltung von Begleitmaterialien lautet: Wofür brauchen die Teilnehmer das Trainingsmaterial überhaupt, wenn das Seminar doch schon gut ist?

Zwei Hauptgründe sprechen dafür, die auch durch pädagogische Studien und Forschungen nachgewiesen wurden:

1. Teilnehmer können mit Hilfe des Materials die Seminarinhalte noch einmal durchgehen (und damit ihre Erinnerung auffrischen)
2. Während des Seminars können sich die Teilnehmer auf die Inhalte konzentrieren, anstatt Notizen zu machen

Bei der Gestaltung von Druckmaterialien, z.B. Handouts, sollte der Trainer folgende Punkte beachten:

- Einfache und präzise Sprache nutzen (für einen besseren Überblick und um Platz zu sparen)
- Ansprechende Gestaltung (wenn es dem Auge gefällt, erhöhen sich die Chancen, wieder angeschaut zu werden)
- Illustrationen und Bilder (so oft wie möglich – sind sie gut gemacht, können Sachverhalte viel einfacher erklärt werden)

Der Begriff „Begleitmaterial“ ist relativ breit gefächert und kann natürlich auch Videos, ganze Anleitungen, Folien etc. umfassen.

Wirklich wichtig für all diese Materialien ist ihre Verbindung zu den Lernzielen des Seminars. Solange sie dabei helfen, das Verständnis von Inhalten zu erleichtern oder sie Inhalte treffend zusammenfassend, sind sie gut.

Phase 5: Durchführung. Jeder, der ein Seminar leitet, sollte darüber im Klaren sein, **was ein Seminar eigentlich ist**:

“Seminare sind Lehr- und Lerneinrichtungen mit kleinen Gruppen, die sich die Gruppeninteraktion als Mittel zur Teilnehmerbeteiligung zunutze macht. Auch wenn Seminare normalerweise mit einer Präsentation oder einem Kurzvortrag beginnen, um die Grundlage für eine Diskussion zu schaffen, beinhaltet das Wort „Seminar“ auch eher formale Gruppendiskussionen, die von einem Lehrer geleitet werden und sich mehr auf den Inhalt als auf Fragestellungen der Schüler konzentrieren.“

Seminars are small group teaching and learning arrangements that use group interaction as a means of engaging participants. Although seminars usually begin with a presentation or mini-lecture to provide the basis for discussion, the word “seminar” also includes rather formal group discussions led by the teacher and focused on the content rather than on issues arising from students.”

(David Jaques, Auszug aus “Learning in Groups”, 1991)

Diese Definition von 1991 stellt Seminare eher als formale Lerneignisse dar, die trotz der Einbindung von Gruppendynamiken eher trocken definiert sind. Heutzutage wird der Begriff „Workshop“ genutzt, um Seminare mit Praxisbezug zu beschreiben, auch wenn im alltäglichen Sprachgebrauch beide Wörter meist die gleiche Bedeutung haben. Im Rahmen dieses Handbuchs verwenden wir das Wort „Seminar“ und schließen dabei jedwede Variation mit ein.

Wie beschrieben hängen Seminare stark von Gruppeninteraktionen ab. Daher ist es gerade für unerfahrene Trainer wichtig, die verschiedenen Phasen einer Seminargruppe zu (er)kennen, um zur richtigen Zeit die richtigen Schlüsse daraus zu ziehen. Und natürlich auch um nachvollziehen zu können, wieso sich die Teilnehmer überhaupt so verhalten, wie sie es tun:

Phase 1 ORIENTIERUNG

- Diese Phase läuft zu Beginn jedes Seminars ab, falls sich die Teilnehmern noch nicht kennen sollten. In dieser Phase sind die Teilnehmer unsicher, wie sie sich verhalten und präsentieren sollen.

Phase 2 "KAMPF"

- In diese Phase spüren die Teilnehmer, welche Rollen sie innerhalb der Gruppe einnehmen werden. Diese Phase kann einige Konflikte und Streitigkeiten auslösen – unter den Teilnehmern aber auch gegenüber dem Trainer.

Phase 3 NORMEN

- In dieser Phase beginnt die Gruppe neue Standards und Verhaltensweisen zu entwickeln. Im Vergleich zur vorherigen Phase wird aus dem „ICH“- ein „WIR“-Gefühl. Es geht nun um die Gruppe selbst und nicht mehr um den einzelnen Teilnehmer.

Phase 4 ARBEITSFÄHIGKEIT

- Diese Phase ist typisch für ihre Produktivität. Aufgrund der Einigung in der vorherigen Phase können sich die Teilnehmer in dieser Phase voll auf die Arbeit konzentrieren..

Phase 5 TRENNUNG

- Die Trennungsphase und ihre Auswirkungen auf die Teilnehmer werden häufig unterschätzt. Ein guter Trainer weiß, dass es wichtig ist, die Teilnehmer zum Ende des Seminars hinzuführen und sie auf den Abschied vorzubereiten. Die Teilnehmer sind schließlich auch Menschen und gerade bei einem mehrtägigen, intensiven Seminar kann ein abruptes Ende zu Frustrationen führen.

Ein optimaler Tag im Leben eines Seminarleiters könnte so aussehen:

1. Zu Hause
   a. Ein leichtes Frühstück essen (ein knurrender Magen stört)
   b. Tagesverpflegung vorbereiten
   c. Passende Kleidung anziehen (bezogen auf Räumlichkeit und Zielgruppe)
2. Früh bei den Räumlichkeiten ankommen
   a. Ist die Ausstattung vorhanden und funktioniert sie? (Beamer, Stühle, Laptop etc,)
   b. Sind die Präsentation und alle weiteren Begleitmaterialien vorbereitet? (Namensschilder, Aufkleber, Teilnehmerliste etc.)
   c. Ist der Ansprechpartner im Fall von Probleme anwesend? (Techniker, Sekretär etc.)
3. Beginn des Seminars
   a. Begrüßung und Vorstellung
   b. Räumlichkeiten vorstellen (Toiletten, Verpflegung, Raucherbereich etc.)
   c. Ablaufplan vorstellen
   d. Erwartungen der Teilnehmer abfragen
   e. Gegenseitiges Kennenlernen ermöglichen (vielleicht mit einem Energizer)
   f. Die erste Seminareinheit beginnen
4. Ab diesem Punkt gelten folgende allgemeine Punkte:
   a. Auf die Lernziele konzentrieren (keine Ablenkungen zulassen=
   b. Die Teilnehmer näher kennenlernen
   c. Dem Ablaufplan folgen (aber weiterhin flexibel bleiben)
   d. Ein angenehmes Arbeitsklima schaffen (Atmosphäre, Raum, Materialien)
   e. Wirkliches Wissen anbringen, keine Vermutungen
   f. Ablenkende Verhaltensweisen vermeiden (z.B. mit Stiften spielen, Finger knacken etc.)
   g. Laut und deutlich sprechen (vor allem bei vielen Teilnehmern), aber auch nicht zu schnell
   h. Augenkontakt herstellen (auch zwischenzeitlich bewegen, um alle Teilnehmer im Blick zu behalten)
   i. Die Teilnehmer motivieren und zur Teilnahme an Diskussionen, Gruppenarbeit etc. ermutigen
5. Nach Abschluss des Seminars sollte der Trainer noch ein paar Minuten bleiben, um als Ansprechpartner für die Teilnehmer zu dienen (z.B. könnten manche Teilnehmer zu schüchtern sein, um vor der Gruppe bestimmte Fragen zu stellen)

Phase 6: Evaluation. Nachdem die Kritik an der Evaluation vor längerer Zeit noch von „Ich weiß selbst schon am besten, was mit meinem Seminar nicht stimmt“ bis zu „Wieso soll ich überhaupt evaluieren?“ reichte, konnte sie in den letzten Jahren einen deutlichen Aufschwung erleben.

Tatsächlich stellt die Evaluation den wichtigsten Teil des Verbesserungsprozesses für Seminare dar und ist dabei eng verknüpft mit der siebten Phase des TZM. Die Vorteile der Evaluation können in folgenden Punkten zusammengefasst werden:

- Feedback erhalten (das sofort auf das Seminar-Design angewandt werden kann)
- Motivation für die Teilnehmer (das Seminar wirkt ernstzunehmender, wenn es evaluiert wird)
- Persönliche Rückschlüsse für den Trainer (wie gut kam der Stil an?)
- Kontrolle über das Erreichen der Lernziele

Arten der Evaluation

Die Evaluation kann entweder mündlich oder schriftlich in Form von Fragebögen durchgeführt werden. Die mündliche Evaluation kann darüber hinaus in persönliche und Gruppensituation unterteilt werden.

- Die mündliche Evaluation in Gruppen tendiert zu eher oberflächlichen und sich wiederholenden Rückmeldung im Vergleich zu anderen Evaluationswegen. Zum einen weil es leichter ist, einfach mit der Mehrheit zu gehen (besonders am Ende des Tages, wenn jeder „einfach nur nach Hause will“) und weil es zum anderen einigen Leuten schwer fällt, sich vor anderen zu öffnen
- Die mündliche Evaluation mit Einzelpersonen kann sehr tiefgehend sein, abhängig vom Teilnehmer und seiner Persönlichkeit. Ist der Teilnehmer sehr schüchtern, könnte er allerdings noch verängstigter als bei der Gruppenevaluation sein
- Die schriftliche Evaluation ist normalerweise für alle Persönlichkeiten geeignet, ist allerdings wegen der vorgefertigten Fragen und dem begrenzten Platz unflexibler als die mündlichen Varianten

Alle Methoden haben ihre Vor- und Nachteile, daher setzen viele Trainer einfach jede Methode ein – eine nach der anderen. Wenn sowohl mündliche als auch schriftliche Methoden eingesetzt werden, sollte auf jeden Fall mit dem schriftlichen Part begonnen werden, da die Gruppe schon während der mündlichen Evaluation „alles rauslässt“ und keinen Sinn darin sieht, alles noch einmal aufzuschreiben. Die mündliche Evaluation kann stattdessen als Möglichkeit gesehen werden, um Bereiche zu besprechen, die sich nicht auf dem Bogen befinden.

Während der mündlichen Evaluation sollte der Trainer Notizen machen, um sicherzugehen, wirklich alle relevanten Inhalte festzuhalten (auch die Teilnehmer wissen, dass sich kein Mensch so viele Wortmeldungen merken kann).

Methoden der Evaluation

Die eigentlichen Inhalte der Evaluation können sich auf das Seminar an sich und/oder die Lernziele beziehen. Damit der Trainer auch wirklich das erfährt, woran er Interesse hat, kann er verschiedene Methoden für die Fragebögen nutzen:

1. Bewertungen. Normalerweise wird dem Teilnehmer eine Skala von 1 bis 10 in Verbindung zu einer Frage zur Verfügung gestellt (keine Schulnoten benutzen! Eine Skala wie „1 ist schlecht, 10 ist gut“ bietet eine weitere Bandbreite), z.B.: „Wie bewerten Sie die pädagogischen Fähigkeiten des Trainers?“ Bewertungen haben den großen Vorteil, statistisch auswertbar zu sein und bieten einen guten Überblick
2. “Multiple Choice”-Fragen. Sie können sowohl auf das Seminar als auch die Lernziele angewandt werden. Wenn der Trainer solche Fragen einsetzt, sollte er einfache und klare Antworten vorgeben und die Frage dabei alle notwendigen Informationen enthalten.
3. Wahr-Falsch-Fragen. Insbesondere zur Überprüfung der erreichten Lernziele sind diese Fragen gut geeignet, um den Trainer einen schnellen Überblick zu verschaffen – der allerdings mit Vorsicht zu genießen ist, schließlich liegt für den Teilnehmer die Chance bei 50/50, die richtige Antwort zu erraten.
4. Essays. Der Trainer kann die Teilnehmer darum bitten, einen kurzen Fließtext zu verfassen, der sich entweder an einer speziellen Frage ausrichtet (z.B. „Hat das Seminar Ihre Erwartungen erfüllt und warum?“), oder ein allgemeiner Aufsatz zur allgemeinen Seminaratmosphäre wird.

Richtlinien fürs Feedback

Feedback ist essentieller Bestandteil des gesamten Evaluationsprozesses. Durch das Feedback können sowohl Trainer als auch Teilnehmer wichtige Einblicke erhalten – bezogen auf ihre tatsächliche Arbeit (z.B. Produkte etc.) und auf ihre Person.

Beim eigentlichen Feedback-Geben (Feedbacken) ist es wichtig, Formulierungen zu benutzen, die die persönliche Meinungsäußerung und beabsichtigte Hilfestellung unterstreichen – und nicht einfach nur zu kritisieren um des Kritisierens Willen, z.B.:

- Ich-Erzähler (keine allgemeingültigen Formulierungen wie "man…")
- Konstruktive Formulierungen („Ich würde für die Zukunft empfehlen…")
- Klar und präzise
- Wertschätzend
- Beschreibung, nicht wertend

Konstruktives Feedback, das der Trainer im Laufe des Seminars gibt, kann ein Schlüsselelement im Lernprozess der Teilnehmer sein. Bei der Einbindung der Übungen, bei denen die Teilnehmer lernen, können sowohl der Trainer als auch die Gruppe Informationen vermitteln, die sowohl positiv als auch negativ sind.

Arbeitsfeedback

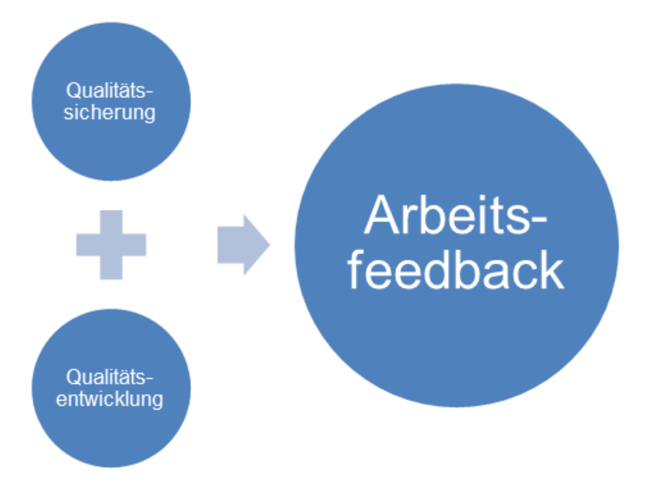
Beim Arbeitsfeedback, z.B. über ein Produkt, das ein Teilnehmer erstellt hat, ist es wichtig, sich auf Kategorien festzulegen, die dabei helfen, sich auf bestimmte Inhalte bei der Bewertung der Arbeit zu konzentrieren. Ist das Produkt z.B. ein Videoclip, könnten die Kategorien folgendermaßen aussehen:

- Technik (Wie hoch ist die technische Qualität, der Schnitt, die Farben?)
- Inhalt (Wie gut ist der umgesetzte und dargestellte Inhalt?)
- Kommunikation (Wird die Zielgruppe damit angesprochen?)

Zwei Schritte müssen beim Arbeitsfeedback befolgt werden:

1. All die Dinge aufzeigen, die schon gut sind und keine Verbesserung mehr benötigen. Diese Dinge sollten für zukünftige Arbeiten festgehalten und damit gesichert werden (Qualitätssicherung),
2. All die Dinge aufzeigen, die zukünftig verbessert werden könnten (Qualitätsentwicklung).

Diese einfachen Schritte reichen schon aus, um ein umfassendes und hilfreiches Feedback zu geben.



Persönliches Feedback

Auch beim persönlichen Feedback, z.B. über die Fähigkeiten eines Teilnehmer bei einer Präsentation, ist es wichtig, sich auf Kategorien festzulegen, die dabei helfen, sich auf bestimmte Inhalte bei der Bewertung der Arbeit zu konzentrieren. In diesem Fall könnten die Kategorien folgendermaßen aussehen:

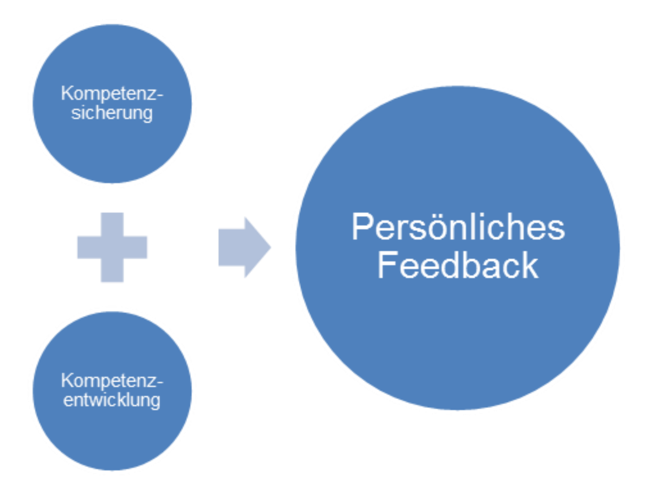
- Schlechte Gewohnheiten (Hat der Teilnehmer welche?),

- Fähigkeiten (Wie gut beherrscht der Teilnehmer die freie Rede?),
- Kommunikationsstil (Wie wird die Person wahrgenommen?).

Beim persönlichen Feedback müssen genau die gleichen Schritte wie beim Arbeitsfeedback befolgt werden:

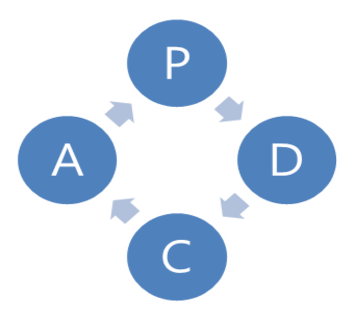
- All die Dinge aufzeigen, die schon gut sind und keine Verbesserung mehr benötigen. Diese Dinge sollten für zukünftige Arbeiten festgehalten und damit gesichert werden (Kompetenzsicherung),
- All die Dinge aufzeigen, die zukünftig verbessert werden könnten (Kompetenzentwicklung).

These two simple steps are sufficient to provide a complete and helpful feedback.



Phase 7: Schlussfolgerungen und Verbesserungen. Die finale Phase des TZM hilft dem Trainer dabei, die richtigen Schlüsse aus der Evaluation und den Erfahrungen zu ziehen, die er bei der Planung und Durchführung des Seminars gemacht hat.

Ein sehr hilfreiches und einfaches Werkzeug ist in diesem Bezug die PDCA-Überprüfung:



Die PDCA-Überprüfung ist ein Kreislauf-Kontrollsystem und besteht aus folgenden Schritten:

- **P**lan (Konzipieren)
- **D**o (Durchführen)
- **C**heck (Was hat funktioniert, wo gab es Probleme?)
- **A**ct (Überarbeiten und zurück zu **P**)

Im Verlauf von Phase 7 ist das PDCA-System ein sehr gutes Hilfsmittel, um ein Seminarkonzept nachhaltig zu verbessern und zu standardisieren.

Der Erfolg dieser Phase hängt maßgeblich von der Selbstdisziplin des Trainers ab. Es ist nicht einfach, sich jedes Mal selbst herauszufordern und nach Fehlern („blind spots“) in den eigenen Konzepten zu suchen. Nichtsdestotrotz ist die einzige Möglichkeit, immer auf dem neuesten Stand und wettbewerbsfähig zu bleiben, selbst sein größter Kritiker zu sein.

Zum Abschluss

Wie zu Beginn des Kapitels erwähnt, existieren viele Abwandlungen des TZM-Systems. Das in diesem Kapitel vorgestellte System besteht aus den wichtigsten Grundelementen: keins von ihnen sollte fehlen, aber alle können modifiziert werden.

Wie effektiv das TZM letztlich ist, hängt vollkommenen vom Trainer ab – seinen Vorlieben, seinem Charakter, seinem Stil, seiner Erfahrung. Das TZM sollte permanent vom Trainer überprüft werden, um es seinen Bedürfnissen anzupassen.

Wie bei jedem neu zu erlernendem System, funktioniert das TZM natürlich nur, wenn der Trainer so lange diszipliniert genug ist, bis er seine Handhabung vollständig in sich **aufgesaugt** hat.

Kommunikation mit den Teilnehmern

Lernziele: Technische und persönliche Wege zur Kommunikation mit den Teilnehmern kennenlernen

Dauer: 4 Zeitstunden

Zielgruppe: Image- und & Werbe-Experten, PR-Experten, Verkaufs- und Marketing-Experten, Coaching-Experten, Beratungsexperten

Technische Kommunikationswege

Im 21. Jahrhundert hat der Begriff “Training” viele Bedeutungen angenommen. Einige davon beziehen sich direkt auf die technischen Aspekte. Training kann in einem Klassenzimmer stattfinden (nennen wir es „klassisches Training“), Training können Workshops sein und seit neuestem auch die immer beliebter werdenden Multimedia-Seminare. All diese Formen verlangen vom Trainer unterschiedliche Herangehensweisen und Vorbereitungen.

Klassische Trainingseinheiten. Im Klassenzimmer muss der Trainer die persönliche Kommunikation perfekt beherrschen, sonst wird er nicht dazu in der Lage sein, einen Dialog mit der Gruppe zu entwickeln und sein Wissen, so herausragend es auch sein mag, weiterzugeben.

Normalerweise nehmen an einem Trainingskurs mehrere Leute teil. Der Trainer hat dabei die Möglichkeit, jeden Teilnehmer kennenzulernen und eine Art von Beziehung zu ihm aufzubauen. Er muss sich bewusst machen, dass er nicht nur die Rolle des Sprechers oder Wissenslieferant spielt. Im Gegenteil sollte das Training so aufgebaut sein, dass es eine gelungene Kommunikation mit den Teilnehmern ermöglicht. Der „Morgenkaffee“ und die Begrüßung sind z.B. Möglichkeiten für den Trainer, um mit den Teilnehmern nebenbei und vor dem eigentlichen Training zu sprechen. Ein sehr hilfreiches Mittel, um später viel leichter das Vertrauen aber auch an Autorität zu gewinnen. Tritt der Trainer hingegen als Tyrann auf, der jede Sekunde abzählt, verlieren die Teilnehmer schnell das Interesse. Auch während der Pausen sollte der Trainer weiterarbeiten, schließlich beobachten und bewerten ihn die Teilnehmer und machen sich so ihr eigenes Bild vom Trainer.

In solchen Trainingskursen spielt die non-verbale Kommunikation eine gewichtige Rolle. Der Trainer muss sich bewusst machen, dass die Teilnehmer in für einige Stunden genau beobachten werden. Sein Verhalten, sogar das unbewusste, könnte seine Aussagen konterkarieren.

Workshops. Normalerweise ist bei Workshops ein Praxisbezug zum Trainingsinhalt vonnöten, d.h. Teilnehmer sind deutlich aktiver ins Training eingebunden im Vergleich zu Vorträgen. In solchen Fällen muss der Trainer darauf vorbereitet sein, sich auf mehrere Leute gleichzeitig konzentrieren zu müssen. Es kommt häufig vor, dass einige Teilnehmer die Aufgabenstellung nicht verstehen oder Probleme bei der Durchführung haben. In solchen Fällen sollte der Trainer so schnell wie möglich helfen, andernfalls sind die Teilnehmer schnell entmutigt und werden dem Trainer nicht mehr aufmerksam folgen.

Falls es nicht möglich ist, die Gruppe auf eine vernünftige Teilnehmeranzahl zu beschränken, sollten zusätzliche Co-Trainer oder Fachleute herangezogen werden. Insbesondere an Workshops mit technischen Inhalten sollten

erfahrene Profis mitwirken. Die Autorität des Trainers wird nicht darunter leiden, im Gegenteil wird der Workshop von Seiten der Teilnehmer mit mehr Respekt angegangen. Natürlich muss der Trainer bei der Auswahl seiner Helfer auf entsprechende Kommunikationsfähigkeiten achten, damit sie nicht unnahbar auf die Teilnehmer wirken.

Heutzutage handeln viele Workshops von neuen Technologien. Die Bandbreite dieser Themen reicht sehr weit, so dass der Trainer im Idealfall spezielle Übungen für die Teilnehmer vorbereitet. Dabei ist es wichtig, die Messbarkeit der Übungen nicht außer Acht zu lassen. Nutzen die Teilnehmer z.B. eine Bildbearbeitungsprogramm während der Übungseinheit, könnte der Trainer die „Vorher“- und „Nachher“-Bilder ausdrucken. Durch solche Sichtbarmachungen des eigenen Lernfortschritts wird die Akzeptanz des Workshops gesteigert und die fortgeschrittene Ausführung eines Themas erleichtert.

Online-Workshops (Webinars). Bei der Online-Kommunikation spielen non-verbale Faktoren kaum noch eine Rolle. Die Teilnehmer können den Trainer lediglich hören und sehen (das aber auch nicht in jedem Fall). Das allein reicht definitiv aus, um dem Trainer die volle Kontrolle über die Gruppe und den Trainingsfortschritt zu gewährleisten. Zunächst einmal kann der Trainer so gut wie nie ganz genau sehen, was die Teilnehmer wirklich machen. Es gibt keine Garantie darauf, dass sie zuhören oder einen Sachverhalt nachvollziehen können.

Aufgrund der besonderen Umstände sind Webinars normalerweise ziemlich kurz, ein Standard-Webinar dauert in der Regel nicht länger als eine Stunde. Das hängt damit zusammen, dass es fast unmöglich ist, einen Teilnehmer über einen längeren Zeitraum zum Mitmachen zu bewegen. Die Situation ist mit einem Vorort-Tagestraining nicht zu vergleichen, bei dem die Teilnehmer körperlich anwesend sind und nicht wie in vertrauter Umgebung abgelenkt werden können. Der Trainer sollte daher während der Webinars auf eine präzise und prägnante Kommunikation setzen. Zeit, um sich näher kennenzulernen, gibt es nicht.

Darüber hinaus nimmt der Trainer die Rolle des “Zeithüters” ein und sollte dabei immer den Tagesplan im Hinterkopf behalten.

E-Learning (asynchrone Kurse). Beim E-Learning hängen die Geschwindigkeit und die Dauer einer bestimmten Teilnehmertätigkeit nicht nur vom Trainer ab. Kommuniziert wird nicht live, sondern in schriftlicher Form (z.B. Mails, Forenbeiträge).

Vor diesem Hintergrund ist es wichtig, interaktives Trainingsmaterial zu gestalten, um die Lerninhalte klar und präzise zu halten. Bei allen Materialien sollte der Teilnehmer immer wissen, was er zu tun hat und was die nächsten Schritte sind. Auf gar keinen Fall darf er sich in einer umständlichen Navigation verlieren oder eine Aufgabe nicht verstehen, denn beides sind übliche Ursachen für Unzufriedenheit in solchen E-Learning-Angeboten.

Persönliche Kommunikationswege

Persönliche Kommunikation ist die Grundlage für jede Trainertätigkeit. Unabhängig vom Thema, in dem der Trainer ein Fachmann sein sollte, machen vor allem eine angemessene Kommunikation mit der Gruppe und die Fähigkeit, Inhalte zu vermitteln, einen guten Trainer aus.

Dabei meint persönliche Kommunikation nicht nur die Fähigkeit, sich selbst auszudrücken oder seine Körpersprache gut unter Kontrolle zu haben. Im Folgenden werden mögliche Problemstellen und Richtlinien aufgezeigt, die klar machen, wie schwierig und fordernd die Trainerrolle ist.

Glaubwürdigkeit und Autorität. Glaubwürdigkeit wird vom Trainer sowohl bei persönlichen Gesprächen als auch vor Zuhörern benötigt. Auf ihr baut sich das Vertrauen auf, das Teilnehmer gegenüber ihrem Trainer bei seinem Vortrag gewinnen.

Grundlegende Gradmesser für die Glaubwürdigkeit:

- **Kleidung** – elegante Kleidung strahlt meist mehr Glaubwürdigkeit als ein lockerer Kleidungsstil aus. Diese einfache Beobachtung wird auch durch Studien gestützt, die belegen, dass viele Leute eher der Person über die rote Ampel folgen, die einen Anzug trägt, als einer Person in Alltagsklamotten
- **Professionalität** – eine gute, stichhaltige Vorbereitung, herausregende Sachkenntnisse zeichen einen professionellen Trainer aus. Er wirkt nur glaubhaft, wenn er auf möglichst jede Situation, jede Frage und jeden Widerspruch vorbereitet ist
- **Leidenschaft** – ein Trainer muss von seinen Inhalten überzeugt sein, egal, was sie sind. Leidenschaft ist ansteckend – ein leidenschaftlicher Trainer kann seine Teilnehmer so von seiner Idee überzeugen

Ersteindruck. Der Ersteindruck steht am Anfang jedes Kommunikationsvorgangs, bei dem das Bild des Kommunikationspartners erstmals geformt wird. Dieses Bild hat erheblichen Einfluss auf den weiteren Kontaktverlauf.

Egal ob beim Sitzen, Gehen oder Stehen – der Trainer sollte immer mit erhobenem Haupt handeln, um sein Selbstbewusstsein zu steigern. Ein freundliches Gesicht und ein Lächeln können ebenfalls dazu beitragen, und auch Humor, z.B. in Form eines themenbezogenen Witzes, kann ein guter „Eisbrecher" sein.

Wenn es darum geht, Emotionen abzulesen, ist das Gesicht eine bedeutende Informationsquelle. Es kann wechselhafte Stimmungen, Reaktionen auf Aussagen und Verhalten widerspiegeln und grundlegende Gefühle zum Ausdruck bringen. Um einen guten Auftritt abzuliefern, ist es wichtig, die richtige Haltung anzunehmen.

Fragen. Glaubwürdigkeit und Akzeptanz, die der Trainer im Laufe eines Kurses aufgebaut hat, können schnell passé sein, wenn er nicht richtig auf die Reaktionen der Teilnehmer einzugehen weiß. Im Folgenden werden drei Fragekategorien und mögliche Antworten aufgezeigt:

- Informationsfrage – eine neutrale Frage, bei der der Teilnehmer einfach nur nach Klärung oder weiteren Informationen verlangt.
- Kritische Frage – eine Frage, bei der der Teilnehmer dem Trainer nicht zustimmt und sich gegenteilig äußert
- Suggestivfrage – der Teilnehmer möchte bei dieser Frage nichts erfahren, sondern lediglich selbst bestimmte Informationen loswerden (in manchen Fällen mit bösen Hintergedanken)

Bei jeder seiner Antworten sollte der Trainer die Frage zunächst noch einmal umschreiben, um zu überprüfen, wie gut er sie verstanden hat. Ist der Teilnehmer mit der Umschreibung einverstanden, kann der Trainer die Frage so gut wie möglich beantworten.

Sobald der Teilnehmer seine eigenen Ansichten präsentiert, handelt es sich um eine kritische Frage. Der Trainer sollte diese Fragen als Chance sehen, seine stärksten Argumente nochmals zu unterstreichen. Bei dieser Frageform (auch wenn er natürlich eine Frage gestellt hat) möchte der Teilnehmer diskutieren, manchmal sogar einen längeren Vortrag halten. Wenn es sich mit dem Zeitplan und dem Gemütszustand der anderen Teilnehmer vereinbaren lässt, kann der Trainer das zulassen. Andernfalls sollte er den Teilnehmer höflich unterbrechen (z.B. indem er ihn für seine interessanten Ansichten dankt).

Bei Suggestivfragen sollte der Trainer dem Teilnehmer aufmerksam zuhören und selbst Fragen stellen, zusammenfassungen und Verständnis zeigen. Sobald sich die Wogen geglättet haben, kann der Trainer sachlich antworten. Gerade bei Suggestivfragen ist es wichtig, seine persönliche Meinung zurückzuhalten, solange sie noch emotional ausfallen könnte.

Absprachen. Um ein hohes Kommunikationsniveau zu erreichen, müssen gleich von Beginn Prinzipien und Standards ausgehandelt werden (s. „Verhaltensabkommen"). Der Trainer kann dabei Richtlinien vorschlagen oder aber die Gruppe selbst zur Regelfestlegung animieren. Unabhängig davon ist es vor allem wichtig, dass alle Teilnehmer den finalen Regeln zustimmen. Ein solches Verhaltensabkommen ist ein sehr hilfreiches Begleitwerkzeug für den gesamten Seminarverlauf (alle Regeln können auf ein großes Blatt Papier geschrieben und für alle sichtbar aufgehängt werden).

Integrationsmethoden. Kurze Integrationseinheiten sind ein gutes Mittel, um das Eis zwischen den Teilnehmern zu brechen und sich gegenseitig kennenzulernen. Natürlich benötigen sie auch eine gute Vorbereitung, so wie jedes Seminarelement. Der Trainer muss abwägen, ob er auf besonders beliebte Methoden oder Spiele setzt, die die Teilnehmer schon zur Genüge kennen. Die Methoden sollten außerdem auf die Teilnehmer ausgerichtet sein, so dass sich die Teilnehmer z.B. nicht wie Kinder behandelt fühlen.

Beziehungen zu einzelnen Teilnehmern aufbauen. Um eine Beziehung mit einzelnen Teilnehmern aufzubauen, muss der Trainer sehr aufmerksam agieren und mehr über sie in Erfahrung bringen als nur ihren Namen oder ihre Organisation.

Der Trainer kann sich zunächst vorstellen und die Teilnehmer dann darum bitten, ein paar Worte über sich loszuwerden und die folgenden Fragen zu beantworten: „Wie heiße ich?", „Welche Erfahrungen habe ich bereits gemacht?", „Woran bin ich interessiert?" und „Wieso nehme ich an diesem Training teil?". Der Trainer kann dabei auch Projektionsmethoden einsetzen, z.B. „Wenn ich eine Uhr wäre, würde ich bei folgender Uhrzeit stehenbleiben…", „Wenn ich nicht ich wäre, wäre ich…", „Wenn ich eine Schokolade wäre, wäre ich folgende Sorte…", „Wenn ich ein Tier wäre, wäre ich…". Auf diesem Wege wird das gegenseitige Kennenlernen sehr viel interessanter und motivierender.

Beim Zuhören sollte der Trainer folgende Punkte beachten:

- Augenkontakt mit dem sprechenden Teilnehmer halten
- Zusätzliche Fragen stellen, um den Teilnehmer besser kennenzulernen

- Den Namen des Teilnehmers merken (falls der Trainer Schwierigkeiten beim Namen-Merken haben sollte, kann er auch um einen Sitzplan oder das Aufstellen von Namensschildern beten)

Feedback geben. Feedback ist hilfreich, um eine Beziehung zu den Teilnehmern aufzubauen. Das Feedback sollte dabei auf konstruktiver Ausdrucksweise von bereits guten und verbesserungswürdigen Handlungen und Verhaltensweisen beruhen (s. Kapitel 3). Je mehr sich jemand in der Selbstverteidigung verliert, desto schwieriger wird es für ihn, sich an die Kommunikationsregeln zu halten. Der Trainer sollte nie vergessen, dass das Feedback demjenigen dienen soll, der es erhält. Es sollte ein Geschenk und keine Bürde sein.

Effektive Kommunikation von Lerninhalten. Effektive Kommunikation kann bei Trainingskursen nur stattfinden, wenn:

- die dargestellten Informationen genau den Absichten und Beweggründen des Trainers entsprechen,
- die allgemeine Botschaft des Trainers mit seinen Intentionen und den gewählten Inhalten übereinstimmen.

Manchmal verstehen die Teilnehmer gewisse Inhalte anders, als der Trainer es vermutet. Es kann dann schnell passieren, dass eine Übung nicht mit der ursprünglichen Intention oder Idee durchgeführt werden. Solche Fälle der Ein-Weg-Kommunikation sollte der Trainer möglichst vermeiden und sich immer ein ordentliches Feedback einholen.

Damit die Teilnehmer etwas nicht falsch verstehen, kann der Trainer folgende Mittel nutzen:

- mehrere Kommunikationswege auf einmal nutzen: schriftlich mit Hilfe von Tafeln/Whiteboards, grafischen Anzeigen mit Hilfe von Beamer oder über direkte Redebeiträge
- Informationen sollten mindestens zweimal verbal wiedergegeben und umformuliert werden
- Der Trainer kann einen der Teilnehmer darum beten, den Inhalt noch einmal zu wiederholen oder die Gruppe um offene Fragen zu bitten

Die Sprache an die Teilnehmer anpassen. Die Sprache sollte an die kognitiven Fähigkeiten der Teilnehmer angepasst werden. Je kürzer die Kommentare des Trainers, desto einfacher sind sie zu verstehen. Die Auswahl der richtigen Worte, Ideen und Beispiele ist nicht nur wichtig für die Lernziele, sondern auch für die Attraktivität des eigentlichen Trainings. Der Trainer sollte besonders ausländische Sätze und Fachjargon beachten, sich klar ausdrücken und, wenn es notwendig ist, erklären. Ein guter Trainer fasst schwierige Sachverhalte in einfachen Sätzen zusammen.

Aktives Zuhören. Zuhören zu können kann ein gutes Hilfsmittel beim Knüpfen von Kontakten und zur Kommunikation sein. Zu häufig wird außer Acht gelassen, dass Kommunikation (Dialog) sowohl aus Sprechen als auch Zuhören besteht. Bei der Vorbereitung auf ein Seminar konzentriert sich der Trainer normalerweise nur auf seine Redeanteile. Vor allem unerfahrene Redner neigen häufig dazu, Monologe zu „missbrauchen", ohne andere Ansichten oder Wortbeiträge zu beachten.

Aktives Zuhören ist Ausdruck von echtem Interesse, von Akzeptanz, Vertrauen, Freundlichkeit und Sympathie gegenüber einer anderen Person. Zuhören kann durch Emotionen, Nervosität oder Anspannung erschwert werden, was leicht dazu führt, die Konzentration auf das Gegenüber zu verlieren.

Um das zu vermeiden, wurden Kommunikationsmethoden entwickelt, um das aktive Zuhören zu fördern:

- **Paraphrasieren** – Eine Möglichkeit zur Überprüfung für den Teilnehmer. Der Trainer sollte die Kernaussagen des Teilnehmers paraphrasieren, um sicherzugehen, dass er sie richtig verstanden hat. Eine Paraphraisierung könnte z.B. folgendermaßen beginnen: „So wie ich das verstehe, möchten Sie sagen, dass…"
- **Zusammenfassung** – Sie erlaubt es dem Trainer, seinem Gegenüber die Punkte aufzuzeigen, die er von seinem Gesagten am wichtigsten hält. Besonders hilfreich ist die Zusammenfassung dann, wenn ein Gespräch einen ungewollten Verlauf nimmt. Beispiel: „Lassen Sie mich zusammenfassen, was Sie gerade gesagt haben…"
- **Klarstellung** – Sie fokussiert sich auf die wichtigsten Punkte eines Gesprächs und hilft dabei, chaotische Aussagen einzuordnen. Mit Hilfe von Klarstellungen können Antworten oder Bedürfnisse des Gesprächspartners richtig erkannt werden, z.B.: „Nach dem was schon gesagt wurde…", „fassen Sie das bitte noch einmal zusammen…" etc.
- **Mündliche Reflektion** – Hierbei passt der Trainer seine Sprechweise auf gewisse Elemente der Sprache seines Gesprächspartners an. Solche Reflektionen müssen natürlich nicht das komplette

verbale und non-verbale Verhalten einer anderen Person umfassen. Es reicht schon aus, sich einen dominanten Aspekt herauszugreifen, um ein Gespräch bewusst zu beeinflussen und in die gewünschte Richtung zu lenken.

Außerdem können Nachfragen sehr hilfreich sein, um…

- Verwirrung zu vermeiden
- Bedürfnisse auszumachen und festzustellen, was die Teilnehmer nicht mochten oder nicht verstanden haben
- die Kontrolle über den Trainingsverlauf zu behalten
- von Erfahrungen zu sammeln und Feedback von den Teilnehmern zu erhalten
- die Gruppe zu aktivieren und zur Interaktion zwischen den Teilnehmern zu ermutigen
- den Diskussionsdrang der Teilnehmer zu stimulieren
- sich auf die Teilnehmer und nicht nur ausschließlich auf die Inhalte zu konzentrieren

Klare Gedanken formulieren. Ein Training kann nicht erfolgreich sein, solange die Botschaft nicht prägnant, verständlich und, ganz besonders wichtig, interessant gestaltet wird.

- Der Trainer sollte seine Ausdrucksweise an die Teilnehmer anpassen – das betrifft sowohl Ausdruck als auch das Vokabular
- Der Trainer sollte eine einfache aber auch bildliche Sprache einsetzen. Im Idealfall sind die Sätze eher kurz gehalten und nicht zu ausführlich

Die Aufmerksamkeit der Teilnehmer lenken. Die Bedeutung von Wörtern hängt stark von ihrer Aussprache und Betonung ab. Die wichtigsten Elemente, die einen großen Einfluss auf die Sprache haben, werden im Folgenden aufgezeigt:

- **Tonhöhe** – Sie wirkt vor allem durch eine hohe Variabilität bei hohen und tiefen Tönen in der Stimme. Die Tonhöhe zu verändern kann dabei helfen, die Teilnehmer auf wichtige Inhalte aufmerksam zu machen. Ein eingestreutes Lächeln kann die Stimme freundlicher wirken lassen.
- **Lautstärke** – Spricht der Trainer zu leise, können die Teilnehmer schnell den Faden verlieren und nervös werden. Im Gegensatz dazu kann eine zu laute Stimme für Unmut sorgen. Spricht ein Teilnehmer sehr laut, sollte der Trainer etwas leiser antworten, um ihn darauf hinzuweisen. Möchte der Trainer die Kontrolle über ein Gespräch gewinnen, sollte er ein wenig lauter sprechen.
- **Geschwindigkeit** – sie sollte auf die Teilnehmer angepasst sein und wie lang sie brauchen, um einen Sachverhalt zu verstehen. Ein Trainer, der bei einer besonders energiegeladenen Gruppe sehr langsam spricht, macht sich nicht sonderlich beliebt. Bei großen Reden gilt die Faustregel: Je mehr Platz, desto langsamer sprechen.
- **Betonung** – Es ist wichtig, genau die Teile eines Wortbeitrags hervorzuheben (durch langsame und klare Aussprache oder höhere Lautstärke), die dem Trainer besonders wichtig sind. Die Teilnehmer können sich so besser an sie erinnern
- **Klangfarbe** – Bestimmte Klangfarben sind mit gewissen Emotionen verknüpft. Ist der Trainer z.B. angespannt, könnte er unbewusst lauter sprechen, was wiederum negativ von den Teilnehmern aufgefasst werden könnte
- **Sprechrhythmus** – Vor jedem wichtigen Part kann der Trainer eine kurze Pause machen, um die Aufmerksamkeit der Teilnehmer zu erhöhen
- **Füllwörter vermeiden** – Es ist wichtig, bestimmte Füllwörter nicht im Überfluss zu nutzen, damit sie nicht den eigentlichen Inhalten im Wege stehen. Wiederholte Nutzung von Wörtern und Phrasen wie „wirklich" oder „nun gut" können den Sprachfluss stören und Ausdrücke wie „äh" oder „öh" sogar die Kompetenz des Trainers in Frage stellen.

Die Körpersprache anpassen. Die Körpersprache ist ein wichtiger Bestandteil bei Redeanteilen, denn Informationen nimmt das Gehirn folgendermaßen auf:

- 87 % auf visuellem Wege
- 9 % durch den Hörsinn
- 4 % durch andere Sinne

Körpersprache umfasst Gesichtsausdrücke, Gesten, ganze Körperbewegungen und die Augen. Die Teilnehmer können daraus Informationen und Botschaften ziehen.

- **Augenkontakt** – Augen können sehr tiefgründige Botschaften übertragen, da sie das Blickzentrum des menschlichen Körpers darstellen. Sie liegen bis zu 43 % der Zeit im visuellem Fokus jedes Gesprächs. Wenn der Trainer Augenkontakt vermeidet, kann es auf die Teilnehmer so wirken, als wisse er nicht, wovon er spricht. Wenn er im Gegenteil permanent Augenkontakt hält, kann der Teilnehmer seine eigene Stellung hinterfragen. Regelmäßiger Augenkontakt kann dabei helfen, Lösungen herbeizuführen und eine positive Beziehung zu den Teilnehmern aufzubauen.
- **Gesichtsausdruck** – Wenn es darum geht, Emotionen abzulesen, ist das Gesicht eine bedeutende Informationsquelle. Es kann wechselhafte Stimmungen, Reaktionen auf Aussagen und Verhalten widerspiegeln und grundlegende Gefühle zum Ausdruck bringen.
- **Körperhaltung** – Eine gebeugte Körperhaltung deutet auf Zurückhaltung hin, eine aufrechte Haltung dagegen auf Selbstbewusstsein
- **Handgesten** – Um die Glaubwürdigkeit mancher Redeteile zu erhöhen, kann der Trainer seine Hände offen halten. Um den Teilnehmern gegenüber offen zu wirken, kann er seine Hände in ihre Richtung halten und um Nachfragen bitten. Hält er hingegen seine Hände fest zusammen, stellt es seine Aussagen in Frage. Eine geballte Faust kann sogar Feindseligkeit signalisieren, gekreuzte Arme oder hinter dem Rücken versteckte Hände deuten auf Ablehnung hin
- **Dynamik** – Viel Aktivität und Bewegung lässt einen Trainer leidenschaftlicher und überzeugender wirken
- **Einsatz und Leidenschaft** – ein Trainer sollte seine Leidenschaft und seinen Einsatz niemals verstecken – im Gegenteil!

Wissenstransfer & didaktische Methoden

Lernziele: Die Besonderheiten der Erwachsenenbildung und Wege, um Erwachsene zu erreichen und fortzubilden, kennenlernen

Duration: 8 Zeitstunden

Target group: Image & Publicity Specialists, Public Relation Specialists, Sales & Marketing Specialists, Coaching Specialists, Consulting Specialists, Writing & Content Specialists.

Erwachsenenbildung

Die Erwachsenenbildung nimmt im Bildungsbereich eine besondere Rolle ein und darf nicht aus der Perspektive des traditionellen Lernansatzes aus betrachtet werden.

Wie definiert sich erfolgreiches Lehren und Lernen im Bereich der Erwachsenenbildung? Wie misst ein Trainer den Erfolg seiner Arbeit? Traditionell, wie wir es auch aus der Schule kennen, werden Lehr-/Lernziele entwickelt und vorgegeben. Das Erreichen dieser Ziele wird mit Lernstandskontrollen überprüft, z.B. Klausuren, Prüfungen usw. Diese Art der Wissensvermittlung setzt beim Trainer und seinen Zielen an. Er definiert, was ein Teilnehmer können muss und fragt dieses Wissen oder die zu erlernende Fähigkeit zu einem bestimmten Zeitpunkt ab. Diese Art des Lehr-Lernens sagt allerdings nichts über die Qualität des Lernprozesses beim einzelnen Teilnehmer aus. Um diese fassbar zu machen, sind bestimmte Fragestellungen hilfreich, z.B.: Hat der Teilnehmer Spaß gehabt? War er motiviert? Konnte er gut folgen? Ist der Trainer auf die individuellen Bedürfnisse der Teilnehmer eingegangen?

Weitere Indikatoren für gelungenes Lernen können sein, ob es eine hohe oder niedrige Abbrecherquote im Kurs gab oder ob Teilnehmer als Multiplikatoren anderen Personen von ihren Erfahrungen berichtet haben. Diese Sichtweise unterscheidet sich gravierend von klassischen Lehr-Modellen, denn sie fokussiert den Lernprozess des Einzelnen und gesteht ihm sein Recht auf gelungenes Lernen zu. Damit verabschiedet sie sich von der **überkommenen Vorstellung, dass eine Lehrmethode für alle Lernenden passt**, dass der Lehrende sich auf die reine Vermittlung von Inhalten beziehen kann, ohne die Bedürfnisse von Lernenden zu berücksichtigen.
Für den Trainer bedeutet dies im Umkehrschluss, er muss neben seinen definierten Lernzielen methodische und didaktische Kompetenzen und Kenntnisse haben, um eine theoretisch fundierte und in der Praxis wirksame Gestaltung und Unterstützung von Lern- und Lehrprozessen gewährleisten zu können.

Erwachsenenbildung im Detail. Erwachsene benötigen in der Bildung einen anderen Ansatz als Kinder oder Jugendliche, aber warum? Es gibt einige Gründe und Auswirkungen, die während eines Seminars berücksichtigt werden sollten:

Begründung

- Erwachsenene wollen wissen, wieso sie etwas lernen - und werden auch sehr genau abwägen, inwiefern sie von der Teilnahme an einem bestimmten Seminar profitieren können. Daher muss eine ordentliche TBA (s. Kapitel 3) durchgeführt werden, um das Seminar um die tatsächlichen Bedürfnisse herum zu gestalten - und die Profitmöglichkeiten jedes einzelnen Teilnehmers einfach zu erkennen.

Kontrolle

- Das Erwachsensein definiert sich dadurch, Verantwortung zu tragen und **die volle Kontrolle über sich selbst** zu haben - ein großer Unterschied im Vergleich zu Kindern und Jugendlichen. Daher mögen es Erwachsene in der Regel nicht, gesagt zu bekommen, was sie zu tun oder wie sie zu lernen haben. Ein guter Trainer gestaltet seine Seminareinheiten so, dass sich die Teilnehmer **selbstbestimmt** fühlen können.

Erfahrung

- Jeder erwachsene Teilnehmer bringt natürlich einen eigenen Rucksack voller Lebenserfahrung mit zum Seminar. Diese Erfahrung definiert die Identität der Teilnehmer und bildet die Grundlage aller zukünftigen Erfahrungen. Wenn die Lernziele und die eingesetzten Methoden an die tatsächliche Arbeitssituation und die gemachten Erfahrungen der Teilnehmer anknüpfen, wird das Lernen sehr viel nachhaltiger sein.

Freiwilligkeit

- Im Vergleich zum Lehren von Kindern wird die Freiwilligkeit als einer der größten Vorteile der Erwachsenenbildung betrachtet. Wird ein Seminar allerdings nicht freiwillig besucht, kann das schlimme Folgen haben (denn Erwachsene haben noch viel mehr Möglichkeiten, dem Trainer das Leben schwer zu machen). Daher muss das Training auf jeden Fall den **Trainingsbedürfnissen der Teilnehmer angepasst** sein - selbst wenn sie zur Teilnahme gezwungen wurden (z.B. vom Chef), werden sie das Seminar trotzdem akzeptieren können.

Relevanz

- Erwachsene lernen im Arbeitsleben problemorientiert zu arbeiten - d.h. sie werden normalerweise mit einer bestimmten Aufgabe konfrontiert, die gelöst werden muss. Hier besteht ein großer Unterschied zur normalen Schulbildung, in der manche Themen einfach nur erklärt und gelernt werden müssen. Daher sollten sich einzelne Seminareinheiten im Idealfall ums **Problemlösen** drehen (bezogen auf tatsächliche Arbeitssituationen), um die Teilnehmer zu motivieren und ihnen wirklich etwas beizubringen.

Wissenstransfer.

Den Lernenden in seinem individuellen Prozess zu unterstützen, ihn selbst lernen zu lassen anstatt ihn einfach zu belehren, das ist ein Anspruch, der an moderne Wissensvermittlung gestellt werden darf. Dieser Anspruch an das Lehren lässt sich zum Beispiel auf den Ebenen der Methodenvielfalt, der Planung und Struktur von Seminaren und Workshops, der präzisen Definition von Lernzielen und dem Einsetzen der jeweils passenden Methoden umsetzen. Die Definition von Lernzielen meint das, was gelernt werden soll, und zwar das tatsächlich formulierte Ziel auf Ebene des Lernenden. Dabei sollten die Lernziele immer in Abgleich gebracht werden mit den Lernbedürfnissen der Teilnehmer. Lernziele, die die vorhandenen Fähigkeiten und Kompetenzen von Lernenden nicht berücksichtigen, laufen Gefahr nicht realisiert werden zu können, sondern im Gegenteil bei den Lernenden auf Ablehnung zu stoßen. Die definierten Lernziele müssen beide Ebenen berücksichtigen, zum einen die der zu **vermittelnden Inhalte** und zum anderen die der **Lernenden**.

Lernziele können in drei Kategorien eingeteilt werden: **kognitive**, **affektive** und **psychomotorische** Lernziele. Für den Lehrenden ist es wichtig zu wissen, in welcher Kategorie sein Lernziel angesiedelt ist, da jede Kategorie andere Methoden zur Vermittlung der Inhalte verlangt.

Kognitive Lernziele. Die kognitiven Lernziele siedeln auf der Ebene des reinen Wissens und der intellektuellen Fähigkeiten (kognitiv aus dem Lateinischen von cognoscere: „erkennen, erfahren, kennenlernen“), d.h. sie werden über den Verstand erschlossen. Der Lernende kann Wissen abrufen und auch anwenden. Beispiel: Die Teilnehmer der Module A lernen die Bildgestaltung kennen. Dazu gehört, dass sie auch Qualitätskriterien kennen lernen, anhand derer sie beurteilen können, ob ein Bild gut oder schlecht gestaltet ist (Bildausschnitt, goldener Schnitt, Perspektive etc.). Das heißt, sie haben sich ein Wissen angeeignet, das sie befähigt, eine fachliche Einschätzung vorzunehmen und sich gleichzeitig an diesem fachlichen Wissen in ihrer Arbeit selbst zu orientieren.

Affektive Lernziele. Die affektiven Lernziele beziehen sich auf innere Werte, Einstellungen, Interessen und Haltungen des Lernenden. Diese sollen reflektiert und/oder verändert werden. Werte sollen hinterfragt und variiert oder gefestigt werden. Daraus kann ein verändertes Verhalten erfolgen. Ein gutes gesellschaftliches Beispiel ist die moderne Einstellung zum Thema Lernen: gab es vor fünfzig Jahren noch die weit verbreitete Methode des Lernens mithilfe des Rohrstocks, weiß man heute, dass gutes und nachhaltiges Lernen nicht durch Angst vor Strafe begünstigt wird, sondern dass eine bedrohungsfreie Atmosphäre notwendig ist, um gelungenes Lernen zu ermöglichen. Aus dieser Erkenntnis heraus hat sich ein Wertewandel vollzogen, eine neue Bewertung; nicht nur das Ergebnis zählt, sondern auch der persönliche Prozess. Ein Abschaffen der Prügelstrafe an Schulen war eine Folge der gesellschaftlichen Neubewertung vom Umgang mit Kindern.

Wenn ein Mensch sich vor Spinnen fürchtet und diese tötet, gibt es dafür auf der kognitiven Ebene keinen Grund. Die Tiere sind weder gefährlich noch bedrohen sie den Menschen. Auf der affektiven Ebene aber wird eine Bewertung der Spinne vorgenommen: eklig, gruselig, gefährlich, bedrohlich etc. Daraus folgen verschiedene Verhaltensweisen, entweder die Vermeidungsstrategie – das Zimmer wird verlassen, bis die Spinne entfernt worden ist – oder die aktive Variante – die Spinne wird getötet. Beide Varianten sind der reinen Sachlage nicht angemessen. Ein Lernziel kann hier sein, die Angst vor Spinnen zu überwinden, d.h. die eigene Einstellung zu diesen Tieren und die Bewertung einer entsprechenden Situation zu verändern, so dass der Mensch keine Angst mehr hat und das Tier überlebt.

In Modul B geht es z.B. auch darum, die Teilnehmer in die Reflexion über ihr mediales Wirken einzuladen (und dabei die Möglichkeiten der Medien des 21. Jahrhunderts zu berücksichtigen). Ein Lernziel ist, dass die Teilnehmer sich mit der Verantwortung, die öffentliches Kommunizieren bedeutet, auseinanderzusetzen und eine eigene Haltung zu eigenen journalistischen Arbeiten zu entwickeln. Themen dieser Lernziele sind zum Beispiel die Auseinandersetzung mit dem Spannungsfeld von Meinungsbildung und Meinungsschaffung, der Umgang mit der Möglichkeit von Meinungsmanipulation in den Medien, z.B. allein dadurch welche Fakten in einem Beitrag zu einem Thema genannt und welche dagegen weggelassen werden.

Ein weiteres affektives Lernziel ist die eigene Reflexion über und Verpflichtung zu journalistischer Qualität. Wenn die Teilnehmer Qualitätskriterien für ihre journalistische Arbeit kennenlernen, sollen sie sich auf der affektiven Ebene damit auseinandersetzen, ob und wie ein aus diesen Kriterien resultierender Qualitätsanspruch in ihr eigenes journalistisches Handeln einfließt.

Psychomotorische Lernziele. Die dritte Kategorie, die psychomotorischen Lernziele, verknüpfen intellektuelle Kompetenzen mit körperlichen Fähigkeiten. Einfachstes Beispiel: schreiben können. Schreiben ist die Verknüpfung von dem Wissen um schriftliche Buchstaben und der tatsächlichen Fähigkeit diese mit der Hand schreiben zu können. In Modul A findet sich auch eine Vielzahl von psychomotorischen Lernzielen, zum Beispiel eine Kamera richtig bedienen zu können, ein Mikrophon korrekt zu halten, oder ein Schnittprogramm bedienen zu können.

Didaktik in der Erwachsenenbildung

Wie im vorherigen Abschnitt nachzulesen, unterscheiden sich Kinder- und Erwachsenenbildung stark voneinander. Bei der Erwachsenenbildung geht es nicht nur um einfachen Wissenstransfer, sondern darum, aktiven Individuen mit bestimmten Interessen und Erwartungen etwas beizubringen. Daher geht es bei der Didaktik in der Erwachsenenbildung um die Einrichtung einer Umgebung, die es den Teilnehmern ermöglicht, ihren eigenen Möglichkeiten nach zu lernen. Für den Trainer bedeutet das, nicht nur ein Lehrer, sondern auch **Organisator** und **Betreuer** zu sein.

Es existieren viele verschiedene Ansätze zur Didaktik in der Erwachsenenbildung existiert, die auch häufig miteinander konkurrieren. In diesem Kapitel werden drei exemplarische Modelle vorgestellt, die dem Trainer zeigen, wie stark sich solche Modelle voneinander unterscheiden können – und dass gewisse Situationen unterschiedliche didaktische Ansätze benötigen könnten:

Bildender Ansatz

- Dieser didaktische Ansatz stellt die Person ins Mittelpunkt des Seminar - anstelle von Methoden. Er zielt auf die Weiterbildung einer einzelnen Person im Ganzen ab, und nicht auf bestimmte und nützliche Fähigkeiten oder Charaktereigenschaften.

biografischer Ansatz

- In der Soziologie ist die Fähigkeit einer einzelnen Person, sich ihren eigenen "Lebensplan" zu erstellen, eines der bedeutendsten Phänomene (im Gegensatz zu den "Normalbiografien" vorheriger Jahrzehnte). Jeder schafft sich seine eigene Realität. Weil Veränderungen heutzutage viel schneller geschehen sollen, ist es für den Einzelnen wichtig, sich und seinen Lebensplan und seine Realität mit der von anderen Personen abzugleichen. Für diesen Ansatz ist es sehr wichtig, inwieweit Erwachsenenbildung bei diesem Identifikationsprozess hilfreich und ob dieser sogar Bestandeil einzelner Seminareinheiten sein kann.

Inhaltlicher Ansatz

- In diesem Ansatz wird die allgemeine Vorstellung von Bildung durch Inhalte ersetzt, die anhand ihres Werts für die Wissenschaft, globales Verständnis und spezielle Situationen ausgewählt werden. Ablaufpläne und Seminar-Designs werden mit diesen speziellen Zusammenhängen in Verbindung gebracht, die durch wissenschaftliche Forschung identifiert werden. Dieser Ansatz kommt der Idee der TBA im Rahmen des TZM (s. Kapitel 3) am nächsten.

Methodik in der Erwachsenenbildung

Die Kenntnis der unterschiedlichen Lernziele ist deshalb wichtig, weil es unterschiedlicher Methoden bedarf, um diese zu vermitteln. Der Einsatz von Methoden richtet sich nach dem gewünschten Lernziel (kognitiv, affektiv oder psychomotorisch), aber auch dem Trainer und der Zielgruppe, sprich den Teilnehmern.

Es wird z.B. ein Fahrschüler ohne Fahrübung und Praxis nicht Autofahren lernen können (ein typisches psychomotorisches Lernziel), die Kenntnis der Straßenverkehrsordnung aber lässt sich sehr wohl ohne Praxis vermitteln, da ihre Kenntnis ein typisch kognitives Lernziel ist. Wie ich mich letztlich auf der Straße als Autofahrer verhalte, ob ich eher defensiv oder aggressiv fahre, eher zum Risiko als zur Vorsicht neige, hängt mit meiner Einstellung und Haltung zusammen, hier bewegt sich ein mögliches Lernziel auf der affektiven Ebene.

Jedes Lernziel braucht seine ihm angemessene Methode.

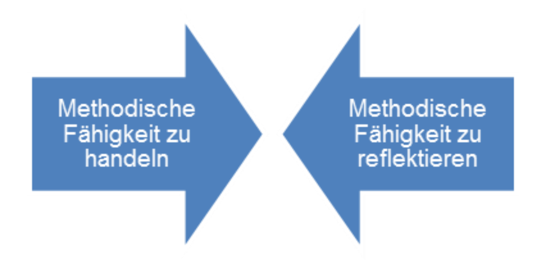
Daher ist es wichtig als Trainer jederzeit zu wissen, auf welcher Ebene das angestrebte Lernziel angesiedelt ist, denn daraus resultiert die Methode der Vermittlung, die Lehr-Methode.

Um dieses Ziel zu erreichen, muss ein Trainer hochflexibel sein und über eine gewisse Intuition verfügen, um bestimmte Situationen vorauszuahnen und mit der bestmöglichen Methode darauf zu reagieren. Im Allgemeinen ist hierbei von der Fähigkeit zur **Situations- und Teilnehmerführung** die Rede.

Damit der Trainer Kompetenzen in der Methodik entwickeln kann, muss er verschiedene Methoden wiederholt anwenden, um sie zu lernen.

Eine Methode (Griechisch: der Weg) ist eine **zeitlich festgelegte und begründete Anleitung, um ein bestimmtes Lernziel zu erreichen**. Das bedeutet, dass eine Methode vor ihrer Anwendung in Bezug auf Umsetzung und Leistungsfähigkeit vollkommen durchdacht sein muss.

Um als Trainer methodisch zu arbeiten, müssen zwei Voraussetzungen erfüllt sein:



Die **methodische Fähigkeit zu handeln** meint die Fähigkeit, Methoden auf angemessene Weise einzusetzen und zu erklären.

Die **methodische Fähigkeit zu reflektieren** meint die Fähigkeit, die Anwendung bestimmter Methoden rechtfertigen zu können und sich selbst die Frage zu stellen, welche didaktische Funktion eine Methoden in einer bestimmten Lernsituation erfüllt und welche Lernziele damit erreicht werden sollen.

Beherrscht der Trainer diese beiden Fähigkeiten, ist er dazu in der Lage, seine eigene Methodenanwendung kritisch zu hinterfragen und sich ihrer Wirkungen bewusst zu werden.

Didaktik und Methodik

Lehren sollte immer in Verbindung zum Lernen stehen. Daher muss methodisches Handeln didaktische Aufgaben erfüllen.

Um den Unterschied und die Wechselwirkungen zwischen Didaktik und Methodik in einfachen Worten auszudrücken: Sobald ein Trainer in der Erwachsenenbildung aktiv wird, sollte die erste Frage, die er sich stellt, didaktischer Natur sein. Sie bereiten die Grundlage für die Methodik.

Bei diesen Fragen geht es um das "**Warum**?" und „**Was**?“, sie versuchen den umfassenden Grund und Nutzen des Lernens und der Inhalte festzustellen. Nachdem die Ziele und die Inhalte des Seminars geklärt sind, kommt die Methodik ins Spiel – mit ihren eigenen Fragen zum „**Wie?**“ und „**Womit?**“. Sie beantwortet Fragen nach den Wegen, um ein Ziel zu erreichen und welcher Mittel es dazu bedarf.

Methodensammlung

Es ist sinnvoll, diese Sammlung mit selbst erlebten und gelernten Methoden zu ergänzen, um bei Seminarplanungen einen Pool von Methoden zur Hand zu haben.

Vorstellungsrunde (mit individueller Vorbereitung) Der Trainer nennt den Teilnehmenden drei oder vier Fragen, die jeder für sich in einer vorgegebenen Zeitspanne beantworten soll. Anschließend wird die Beantwortung reihum im Plenum präsentiert. Typische Fragen sind solche nach den Wünschen, Erwartungen oder Befürchtungen der Teilnehmenden. Zudem fordert der Trainer die Teilnehmenden auf sich kurz vorzustellen.

Ziel: Positionierung, Selbstdarstellung, Kennenlernen, Gruppenkonstituierung.

Vortrag. Theoretischer Input, geeignet für kognitive Lernziele, typische Medien sind Flipchart, Beamer, OHP Handouts. Vorträge sollten möglichst nicht nach der Mittagspause eingesetzt werden.

Ziel: Alle Teilnehmer zügig auf den gleichen Kenntnisstand zu bringen, üblicherweise schließen sich Rückfragen im Plenum an.

Ergebnispräsentation. Erarbeitete (Zwischen-)Ergebnisse werden dargestellt und im Plenum oder Kleingruppe präsentiert. Dem voran geht in der Regel die Gruppenarbeit.

Gruppenarbeit. Ein hilfreiches Instrument, um verschiedene Themen und Ideen zu erarbeiten. Dabei profitiert die Kleingruppe von den verschiedenen Sichtweisen, die die Teilnehmenden einbringen. Typische Medien sind Karteikarten, Folien, Metaplanwand für die anschließende Präsentation. Kleingruppenarbeit braucht klare Themen- und Zeitvorgaben. Sie eignet sich sehr gut für affektive Lernziele.

Gruppenarbeit mit Perspektivwechsel. Hierbei wird der erste Teil einer Aufgabe auf zwei Gruppen verteilt, der zweite Teil der Aufgabe dann umgekehrt in den Gruppen bearbeitet. Der Perspektivwechsel führt zum einen zu

neuem Interesse (da die Aufgabe neu ist) und rundet zum anderen das Gesamtergebnis ab, da sich auf diese Art alle Teilnehmer mit allen Themen befassen müssen. Zudem stärkt er das Teamgefühl und die Haltung „alle für alle".

Dyade (Partnerarbeit). Diese Methode bietet sich an, um eine intimere und intensivere Arbeitsatmosphäre zu schaffen und fördert den Austausch zwischen Teilnehmern. Sie lässt sich zum Beispiel gut im Anschluss an die Aktive Imagination verwenden.

Einzelarbeit. Bei der Einzelarbeit werden Thema und Aufgabe vom Trainer genau vorgegeben. Der Teilnehmer muss ungestört arbeiten können. Ziel ist eine Konzentration auf sich selbst oder auf Erlebtes, Reflexion eigenen Verhaltens.

Peripatetisches Wandeln. Je zwei Teilnehmer gehen in einer vom Trainer festgelegten Zeitspanne miteinander spazieren und tauschen sich über ein vorgegebenes Thema aus. Typische Themen sind der Austausch über Prozess- und Ergebniszufriedenheit. Ziel ist u. a. Reflexion, Abgleich und Austausch.

Pausen. Sie bieten neben dem notwendigen die Gelegenheit zum informellen Austausch, ebenso wie zur informellen Gruppenbildung. Pausen können als Intervention eingesetzt werden, um z.B. ein Thema abzuschließen und mit Wiederbetreten des Raumes ein neues zu beginnen. Gerade bei erhitzten Situationen kann dies sinnvoll sein. Dann sollte die Pause allerdings mit dem Arbeitsauftrag versehen werden, den „Rest noch draußen zu klären", damit es dann weitergehen kann.

Blitzlicht. Teilnehmer erhält die Gelegenheit in einem Wort oder einem Satz etwas darüber zu sagen, wie es ihm in Bezug auf ein Thema, eine Situation gerade geht. Die Äußerungen werden vom Plenum nicht kommentiert, vom Trainer in der Regel auch nicht. Der Trainer leitet die Methode durch Vorgabe des Themas und der Spielregeln an. Ziel ist es, augenblickliche Stimmungen & Zustände der Gruppe (Frust, Fröhlichkeit, Müdigkeit etc.) als Momentaufnahme zu fixieren, um so ggf. Störungen wie Müdigkeit oder Überforderung transparent zu machen.

Stimmungsbarometer. Ebenso wie das Blitzlicht wird das Stimmungsbarometer nach einer abgeschlossenen Einheit / Übung angewendet, um Stimmungen transparent und sichtbar zu machen und ggf. seitens des Trainers auf Störungen reagieren zu können. Mit Klebepunkten können die Teilnehmer auf einer vorbereiteten Skala ihre Stimmung oder bei dem Prozessbarometer ihre Zufriedenheit mit dem Prozess visualisieren. Die Teilnehmer werden gebeten alle gemeinsam ihre Punkte zu kleben, um so die Anonymität des Einzelnen zu sichern. Anschließend wird das Stimmungsbild kurz besprochen.

Perspektivwechsel. Ein Perspektivwechsel (z.B. auf die Meta-Ebene) kann durch den Trainer erfolgen. Sinnvoll ist diese Methode, um gerade Gelerntes auf der Metaebene zu verdeutlichen. Ziel ist es die Methodenkompetenz der Teilnehmer zu erweitern und neue Sichtweisen auf sich selbst und die Gruppe zu ermöglichen. Der Wechsel muss angekündigt werden, sei es verbal „Ich wechsele jetzt auf die Metaebene…" oder durch eine Handlung, z.B. sich hinter seinen Stuhl stellen, einen Hut aufsetzen etc.

Rollenspiel. Im Rollenspiel werden reale Situationen simuliert und können so in einem sicheren Rahmen erprobt werden. Das Rollenspiel braucht immer eine klare Aufgabenstellung und Rollenverteilung sowie einen Spielleiter, der auf die Einhaltung der Vorgaben achtet und allen Mitspielern bekannte Regeln. Ziel eines Rollenspiels ist es, dass die Spielenden sich ausprobieren können und ihr Handlungsrepertoire und ihre Kompetenzen erweitern lernen. Klassische Rollenspiele finden sich zum Beispiel in der Prävention von Konfliktsituationen

Gruppenaufteilung. Gruppen können auf verschiedenste Art aufgeteilt werden. Die Aufteilung richtet sich nach dem gewünschten Ziel, z.B. Teilnehmer immer wieder neu zu mixen, um ein Gruppengefühl zu unterstützen, oder um bestimmte Teilnehmer zu separieren, um dadurch bestimmte Konstellationen aufzubrechen etc. Eigenverantwortliche Gruppenaufteilung erfordert von den Teilnehmern ein hohes Maß an sozialer Kompetenz und sollte nur dann erfolgen, wenn der Medientrainer sicher ist, dass das Ergebnis der Aufteilung sich nicht kontra produktiv auf die folgende Aufgabe auswirken kann.

Methode 1: Durchzählen 1,2,1,2,1, …. Oder 1,2,3,1,2,3,1,2,3 etc.

Methode 2: Auslosen von Teilnehmern

Variante: Auslosen durch „Rittersport“ (farbige Schokolade, Teilnehmer nach ihrer Schokoladen-Auswahl zusammenstellen: fröhlich, nett, gut geeignet nach dem Mittagsessen, wenn der Süß-Jieper einsetzt)

Variante: Hör-Memory: Behälter (Filmdosen) werden mit unterschiedlichen Dinge gefüllt, je zwei (oder drei etc.) mit derselben Substanz. Jeder Teilnehmer bekommt eine Dose und muss seine anderen Kleingruppenmitglieder „erhören“.

Methode 3: Teamaufteilung durch „Anführer“. Diese Methode sollte nur in einer Gruppe angewendet werden, die in sich sozial gut aufgestellt ist, sonst kann es zu Ausgrenzungs-Effekten kommen (wenn bestimmte Teilnehmer als letztes gewählt werden….)

Einen interaktiven Workshop leiten

Lernziele: Vorbereitung, Durchführung und Evaluation von Online-Workshops kennenlernen

Dauer: 4 Zeitstunden

Target group: Image & Publicity Specialists, Public Relation Specialists, Sales & Marketing Specialists, Coaching Specialists, Consulting Specialists, Writing & Content Specialists

Ein einfacher Anfang

Zwar ist die für Online-Workshops notwendige Technik noch nicht sehr beliebt, aber mittlerweile sind auf dem Markt einige Lösungen erschienen, die unabhängiges Arbeiten leichter machen. Der Trainer kann dabei mit Hilfe von speziellen Werkzeugen über große Distanz Seminare abhalten – sogar bei einer sehr großen Teilnehmerzahl.

Die üblichen Besonderheiten eines Online-Workshops als sogenanntes „Webinar" werden im Folgenden zusammengefasst:

- Online-Umgebung:
  - Nutzung von Software
  - Webinar-Provider benötigen bestimmte Software
- Teilnehmer benötigen einen Internet-Zugang
- Live-Ereignis (das Seminar findet zu einer ganz bestimmten Zeit statt)
- Eingeschränkte Dauer von 1-2 Stunden, in denen Inhalte präsentiert werden (dabei werden Audio, Video, Screen-Sharing, „PowerPoint"-Präsentationen etc. genutzt)
- Interaktion mit den Teilnehmern (Audio, Chat, Quiz, Umfragen, Whiteboard, „Melde"-Knopf etc.)
- Teilweise Anonymität der Teilnehmer

SaaS-Werkzeuge für Seminare – warum?

Die zunehmende Beliebtheit der Online-Kommunikation macht die entsprechenden Werkzeuge – das beinhaltet auch solche, die für Seminare verwendet werden können – zugänglich für jedermann. Zurzeit sind noch Programme, die keine Installation benötigen, der Standard für Online-Workshops. Es reicht vollkommen aus, die entsprechende Webseite aufzurufen und sich in die Anwendung einzuloggen. Daher wird diese Software einfach als Service verkauft, woraus der Ausdruck „software as a service (Software als Service) – SaaS" resultiert. Diese Service-Lösung bringt einige Vorteile mit sich:

- Sowohl Trainer als auch Teilnehmer können ganz einfach auf die Anwendung über ihren Browser zugreifen
- Der Trainer muss über keine Infrastruktur in Form von speziellen Servern verfügen, eine einfache Internetverbindung reicht aus
- Entwickler dieser Anwendungen setzen die Entwicklung und Verbesserung in der Regel fort

Allerdings sind mit dieser Lösung auch Nachteile verbunden:

- Es ist unmöglich, die Anwendung zu installieren und damit die voller Kontrolle zu besitzen
- Der Trainer hat nur geringfügigen Einfluss auf die Weiterentwicklungen
- Alle Materialien müssen in der Cloud gespeichert werden

Der Trainer hat den Vorteil, die SaaS-Anwendungen innerhalb weniger Minuten bestellen und starten zu können. Außerdem kann er verschiedene Lösungen ausprobieren, denn statt des Einmalkaufs einer teuren Software, muss er in der Regel nur eine monatliche Gebühr zahlen. Wenn ihm die Anwendung nicht gefällt, kann er einfach zu einem anderen Anbieter wechseln.

Mittlerweile bieten viele Firmen Lösungen zur Durchführung eines Online-Workshops an. Folgende Angebote sind für Trainer empfehlenswert:

- ClickMeeting und ClickWebinar (www.clickmeeting.com, www.clickwebinar.com),
- Adobe Connect (www.adobe.com/products/adobeconnect.html),
- GoToMeeting und GoToWebinar (www.gotomeeting.com),

- Cisco Webex (www.webex.com).

Die meisten dieser Anwendungen können für mehrere Tage kostenlos getestet werden. Der Trainer kann sich dadurch für die Lösung entscheiden, die seinem Bedarf am ehesten entspricht.

Schlüsselfunktionen fürs Training. Die folgenden Funktionen sind in vielen, wenn nicht sogar allen Webinar-Software-Lösungen, die zur Weiterbildung geeignet sind, verfügbar:

- Videoübertragung (ermöglicht es Trainern und Teilnehmern sich zu sehen),
- Chat (ermöglicht Textkommunikation zwischen den Teilnehmern. Dadurch können sie kommunizieren, ohne demjenigen, der gerade spricht, ins Wort zu fallen)
- Echtzeit-Whiteboard (ermöglicht es, auf einem für alle sichtbaren Whiteboard zu schreiben/zeichnen)
- Datei-Austausch (file sharing)
- Notiz-Austausch (note sharing)
- Screen-Sharing (erlaubt es, den Bildschirm des Trainers zu sehen)
- Umfragen/Quiz (Online-Fragebögen)

Weitere Funktionen, die nützlich sein können und in fortgeschrittenen Software-Lösungen verfügbar sind:

- Moderations- und Trainerrolle während einer Sitzung ändern – das kann vor allem für Webinars mit kleineren Gruppen hilfreich sein, weil es Trainer und Teilnehmern eine engere Zusammenarbeit erlaubt)
- Eine heruntergeladene Datei direkt in der Software gemeinsam anzugucken – das kann besonders bei Diskussionen hilfreich sein
- Aufzeichnungsmöglichkeit des Webinars – besonders hilfreich, weil es nicht nur abwesenden Teilnehmern Zugriff auf die aufgezeichneten Inhalte erlaubt, sondern auch eine Art von digitalem Protokoll darstellt. Dadurch wird sichergestellt, dass sich die Teilnehmer vollkommen auf das Webinar an sich konzentrieren können. Der Trainer sollte die Aufzeichnung im Nachhinein natürlich zur Verfügung stellen
- Abfragefunktion – eine sehr gute Möglichkeit, um Teilnehmer zu bewerten
- Diese Abfragen veröffentlichen – dadurch kann der Trainer den Teilnehmern schnell und einfach ein Feedback zur Abfrage geben

Einschränkungen. Die größte Einschränkung besteht darin, einen Computer mit Internetzugang und voller Verfügbarkeit während des Workshops nutzen zu müssen. Einige Anwendungen funktionieren zwar auch auf mobilen Endgeräten, aber die kleine Bildschirmgröße würde die aktive Teilnahme an einem Webinar doch deutlich erschweren. Der Internetzugang ist notwendig, weil sonst keine Verbindung zur Anwendung aufgebaut werden kann. Probleme können darüber hinaus bei der Nutzung von öffentlichen WLAN-Netzwerken oder bei der Nutzung von GSM-Verbindungen entstehen – sowohl hinsichtlich der Stabilität als auch der Verbindungsgeschwindigkeit. Daraus lässt sich für den Trainer schließen, dass bei einer Teilnahme an seinem Workshop neben der Zeit vor allem angemessene Räumlichkeiten und Technik Voraussetzungen sind. Glücklicherweise sind Computer mit Breitband-Internet mittlerweile sowohl am Arbeitsplatz als auch zu Hause zum Standard geworden.

Begleitmaterial für Webinars gestalten.

Verschiedene Medien mit einer hohen Anzahl an Grafiken zu nutzen, ist mittlerweile der Standard bei Begleitmaterialien. Die Internetverbindungen werden immer schneller und auch die Kenntnisse der Trainer hinsichtlich Grafikgestaltung nehmen zu. All das nimmt Einfluss auf die Seminarergebnisse. Der Schlüssel zu einem reichhaltigen Vortrag ist nicht nur der Vortrag selbst, sondern eine gute Mischung aus verschiedenen multimedialen Elementen.

Grafiken sollten immer einen kommunikativen und bildenden Ansatz verfolgen; simple und direkte Illustrationen sind dabei am effektivsten. Das beliebteste Präsentationswerkzeug, das auch bei Webinaren problemlos genutzt werden kann, ist PowerPoint. Die dabei genutzte Präsentationsweise mit einer Reihe von Folien unterschiedliche Text-, Bild- und Animationselemente darzustellen, eignet sich hervorragend, um Informationen aus dem Vortrag zu verbildlichen. Obwohl PowerPoint weit verbreitet und sehr bekannt ist, begehen viele Nutzer immer wieder dieselben Fehler. Ein guter Trainer vermeidet vor allem Probleme mit der Lesbarkeit, z.B. durch zu kleine Schriftgrößen oder einen uneinheitlichen Stil.

Im Gegensatz zum traditionellen Klassenzimmer, gibt es bei einem Webinar eine Vielzahl an Möglichkeiten, um Inhalte vorzustellen. Es müssen nicht in jeder Situation Präsentationsfolien eingesetzt werden, aber sie können bei der visuellen Unterstützung helfen, die Aufmerksamkeit lenken, den Lernvorgang erleichtern und die Gedächtnisfähigkeit der Teilnehmer unterstützen. Der Einsatz von Folien sollte natürlich immer klug abgewägt

werden, denn der Trainer kommuniziert hauptsächlich mit seiner Stimme; mit zu viel zusätzlichem Text auf dem Bildschirm können die Teilnehmer schnell überfordert werden. Stattdessen sollten Bilder genutzt werden, um die Aufmerksamkeit der Teilnehmer zu gewinnen und die wichtigsten Punkte zu verdeutlichen. Alle Visualisierungen sollten informativ und an den Lernzielen ausgerichtet sein; rein dekorative Grafiken sollten daher vermieden werden. Gute Beispiele für erklärende Grafiken sind z.B. Zeichnungen, Diagramme, Symbole, Fotos oder Screenshots.

Da die meisten Materialien, die letzten Endes im Webinar verwendet werden, häufig aus verschiedenen Quellen stammen, sollte der Trainer über ein Mindestmaß an Technik-, Software- oder sogar Hardwarekenntnissen verfügen, um die verschiedenen Formate weiterverarbeiten zu können.

Effektive Tipps zur Folienpräsentation[2]

1. Eine einfache PowerPoint-Vorlage im Breitbild-/Panorama-Format verwenden,
2. Entweder dunkle Schriftfarbe auf hellem Hintergrund oder helle Schriftfarbe auf dunklem Hintergrund verwenden
3. Einen Mindestabstand von 2,5 cm zu jedem Rand einhalten
4. Die maximale Wortanzahl pro Folie gering halten:
    a. Nie mehr als fünf Aufzählungspunkte pro Folie nutzen
    b. Kurze Phrasen anstatt ganzer Sätze nutzen
5. Die Grafiken einfach halten:
    a. Einfache, leicht verständliche Statistiken wie Torten- oder Balkendiagramme nutzen
    b. Komplexe Statistiken oder Punktwolken vermeiden
6. Eine einheitliche Schriftgröße nutzen:
    a. Mindestens 30 pt Größe für Textinhalte und 44 pt für Überschriften
    b. Eine einfache, klare und leserliche Schriftart wie Arial, Tahoma oder Verdana nutzen
    c. Kursivschrift vermeiden
    d. Bei Textinhalten Kleinschreibung nutzen
7. Animationen und Effekte wie Sounds, fliegende Elemente oder Einblendungen vermeiden:
    a. Einfache Wisch-Übergänge nutzen
    b. Alles simpel gestalten

Teilnehmer motivieren.

Solange nur eine Ein-Weg-Kommunikation besteht, kann kein Trainer von seinen Teilnehmern hohe Konzentration bei einem Webinar erwarten. Eine Live-Vorlesung lässt sich am ehesten mit einer klassischen Fernsehsendung vergleichen: Ein Ein-Weg-Kanal in Richtung der Zuschauer, die als passive Empfänger fungieren. TV-Sendungen werden allerdings von einem Cutter perfekt auf die zu übertragende Botschaft zurechtgeschnitten. Ein Webinar verfügt im Gegensatz dazu über geringere Produktionswerte. Bleibt man im Vergleichsbild der Ein-Weg-Kommunikation, ist ein Webinar mit Low-Quality-Fernsehen gleichzusetzen. Eine Erklärung dafür, wieso Teilnehmer während solcher Vorträge schnell abschalten. Der Trainer kann also sicher davon ausgehen, dass hohe Interaktion zwischen ihm und den Teilnehmern mit Hilfe folgender Techniken zu anderen Reaktionen führen wird. Audio, Chat, Quiz, Umfragen, Whiteboard, „Melde“-Knopf

- Audio
- Video
- Chat
- Whiteboard
- “Melde”-Knopf
- Umfragen und Quiz

Der Trainer kann auch die Interaktion zwischen den Teilnehmern anregen oder fortgeschrittene Werkzeuge nutzen:

- Diskussion
- Brainstormen
- kreative Arbeitsaufträge
- Rollenspiel

[2] “Webcasting Processes and Best Practices”, Ontario Telemedicine Network 2007

Ein erfolgreiches Webinar hängt auch von der Teilnehmeranzahl ab. Dabei gilt eine allgemeine Regel: Je mehr Teilnehmer, desto weniger Aktivität. Bei der Vorbereitung eines Webinars sollte diese Faustregel berücksichtigt werden.

Teilnehmerzahl	Grad der Interaktion	Webinar-Aufbau
6 oder weniger	Hoher Grad an Interaktion – das Webinar kann als Gespräch geführt werden. Die Teilnehmer können den Trainer spontan unterbrechen. Interaktionen zwischen bestimmten Teilnehmer ist erlaubt – z.B. über Chat. Auch Audio und Videonutzung in beide Richtungen kann genutzt werden, wenn es technisch möglich ist.	Struktur und Inhalte können, wenn nötig, aufgrund des Feedbacks und der hohen Interaktion angepasst werden.
7-20	Eingeschränkte Audio/Video-Antworten (der Trainer kann aussuchen, wer sprechen darf). Mit Hilfe von speziellen Umfragewerkzeugen können die Lernfortschritte der Teilnehmer angezeigt werden (z.B. über einen „Melde"-Knopf oder „Ja/Nein"-Knöpfe). Umfragen, Abstimmungen und ähnliche Werkzeuge sind wichtig.	Struktur und Inhalte sind noch halbwegs flexible. Das Webinar kann aufgrund des Teilnehmer-Feedbacks verlängert oder verkürzt werden. Nach jedem Themenabschnitt sollte es ein F & A (Fragen und Antworten) geben
Mehr als 20	Der Interaktionsgrad hängt von der Größe des Webinar-Teams ab. Wenn der Trainer allein ist, kann er im Prinzip nur auf Umfragen zurückgreifen. Gibt es noch mindestens einen weiteren Co-Trainer (und möglicherweise noch weitere Experten), kann auch ein Chat genutzt werden, der von den Trainern/Experten vorsortiert wird	Die Struktur wird strikt beibehalten. Die Teilnehmer bleiben mehr oder weniger anonym und es ist wahrscheinlich, dass einige Spätzünder und Schnelllerner teilnehmen. Die Anwesenheitsdisziplin ist abhängig von den Inhalten und ihren Einfluss auf zukünftige Planungen der Teilnehmer.

Neue Medien in Webinaren einsetzen.

Webinare müssen nicht eigenständige Seminarangebote sein, sondern sind auch perfekt als Ergänzungseinheiten zum klassischen Workshop geeignet. Darüber hinaus können mit Hilfe moderner Werkzeuge auch Multimedia-Präsentationen übertragen werden. Der Trainer kann Webinare auch einsetzen, um mehr Teilnehmer zu erreichen. Und bei sehr zeitintensiven Workshops kann der Trainer einige Inhalte sicherlich auch online umsetzen, die keinen Praxiseinsatz mit bestimmter Technik erfordern.

Webinars evaluieren.

Die Evaluation eines Webinars kann durch qualitative und/oder quantitative Methoden erfolgen, egal ob sie während (Evaluation von Lernerfolgen bei Schlüsselpunkten) und/oder nach (Feedback zu Lehrmethoden und anderen Aspekten der Trainingserfahrung) dem Webinar erhoben wurden. Sie kann gestalterisch, zusammenfassend oder wirksamkeitsorientiert erfolgen und auf folgende Art und Weise durchgeführt werden:

- Gestalterische Evaluation: z.B. durch Diskussionen oder Interviews – besonders hilfreich zu Beginn eines Webinars, um das Feedback der Teilnehmer bis zu diesem Zeitpunkt des Kurses einzuholen. Diese Evaluation kann entweder formell oder informell erfolgen.
- Zusammenfassende Evaluation: Fragebögen oder Interviews zum Ende einer Webinareinheit
- Wirksamkeitsevaluation: Nach Beendigung der Webinareinheit: durch ein Interview oder Fragebögen

Aufgrund der Aufzeichnungsmöglichkeit wird die Evaluation eines Webinars stark vereinfacht. Mit Hilfe solcher Aufzeichnungen wird es leichter, den Fortschritt und den persönlichen Einsatz zu bewerten – auch nach längerer Zeit.

Technische Aspekte von Webinaren.

Genauso wie die Ausbildung in Klassenzimmern sollten Webinars für möglichst viele Menschen zur Verfügung stehen. Daher sollte die Webinar-Software auch kompatibel mit einem Großteil der gängigen Computermodelle sein. Welche Hardware genau benötigt wird, hängt vom einzelnen Benutzer ab. Um an einem Webinar teilnehmen zu können, sollte zumindest ein PC mit Breitband-Internetanschluss vorhanden sein. Dadurch ist immerhin ein Mindestmaß an Interaktionsmöglichkeit gewährleistet. Je höher allerdings der Interaktionsgrad, desto umfassender wird auch die Erfahrung für die Teilnehmer. Allein ein Paar Lautsprecher kann die Teilnehmererfahrung schon deutlich reichhaltiger gestalten. Mit Hilfe der genannten Hardware können Teilnehmer also grundsätzlich im Webinar aktiv sein, indem sie Inhalte sehen und hören können, Notizen abtippen und in Foren oder Chaträume (abhängig vom Webinar) schreiben können. Ein Mikrofon und/oder eine Webcam steigern den Interaktionsgrad noch weiter und geben den Teilnehmern die Möglichkeit, sich selbst im Rahmen des Webinars zu präsentieren. Dadurch kann eine ununterbrochene Interaktion im Webinar entstehen und die einzelnen Persönlichkeiten der Teilnehmer stärken hervortreten.

Um ein Webinar sauber durchzuführen, benötigt der Trainer entsprechende Software und die notwendigen Kenntnisse und Erfahrungen, um die Software nach seinen Wünschen nutzen können. Im Zweifelsfall muss er also persönliche Lernzeiten zum Kennenlernen neuer Software in seine Planungen aufnehmen.

Die Teilnehmer müssen sich in der Regel nicht mit technischen Angelegenheiten auseinandersetzen, abgesehen von möglichen Software-Installationen und dem Befolgen von Anweisungen. Ein Großteil der potentiellen Teilnehmer verfügt über einen Zugang zur Technik mit den notwendigen Mindestvoraussetzungen für eine Webinar-Teilnahme.

<table>
<tr><th></th><th>Trainer</th><th>Teilnehmer</th></tr>
<tr><td>Internetzugang</td><td>• Download: 2 Mbps
• Upload: 2 Mbps
• Wenn möglich einen Kabelanschluss nutzen (kein WLAN o.ä.)</td><td>• Download: 2 Mbps
• Upload: 0,5 Mbps
• Verbunden über Kabel, WiFi oder GSM</td></tr>
<tr><td>Computer</td><td>• Multimedia-Computer</td><td>• Mittelklasse-Computer</td></tr>
<tr><td>Kamera</td><td colspan="2" rowspan="3">• Beide: Trainer und Teilnehmer können Kamera und Mikrofon nutzen, wenn sie in das Webinar-Konzept passen. In den meisten Fällen werden sie nur vom Trainer genutzt. Für die Teilnehmer werden Kopfhörer empfohlen.</td></tr>
<tr><td>Mikrofon</td></tr>
<tr><td>Kopfhörer</td></tr>
<tr><td>System-Plugins</td><td>• Adobe Flash
• Java TM
• Adobe Air</td><td>• Adobe Flash
• Java TM
• Adobe Air</td></tr>
</table>

Mindestvoraussetzungen für Trainer und Teilnehmer bei Webinaren

Internetzugang. Eine stabile Internetverbindung ist sowohl für Trainer als auch Teilnehmer sehr wichtig. Kabelgebundenes Internet ist für den Trainer die bessere Variante, Teilnehmer können aber auch auch Funk zurückgreifen. Die Mindestbandbreite liegt bei 2 Mbps.

Computer. Die wichtigsten Voraussetzungen sind ein funktionierender Browser und aktuelle Programmversionen vom „Adobe Flash Player“ und Java (JRE). Häufig werden Webinars mit technischen Gerüchten in Verbindung gebracht, z.B. dass auf jeden Fall ein leistungsstarker Computer benötigt wird.

In den meisten Fällen reicht ein durchschnittlicher Office- oder Heim-PC aus, um die Webinar-Software flüssig auszuführen. Daher ist die Anzahl an Leuten, die aus technischen Gründen nicht an Webinars teilnehmen können, eher gering.

Kamera, Mikrofon, Kopfhörer. Während der meisten Webinars nutzt der Trainer Kamera und Mikrofon und die Teilnehmer hören einfach nur zu, was mit Bandbreiteneinschränkungen und Online-Leistungen zusammenhängen. Sobald mehrere Leute zur selben Zeit Kamera und Mikrofone anstellen, endet das Webinar im Chaos. Nur in kleinen Gruppen ist es für die Teilnehmer häufiger möglich, mitzureden oder die Kamera einzusetzen. Daher ist es auch wichtig, sie im Vorfeld darüber zu informieren, ob Kamera und Mikrofon während des Webinars gebraucht werden.

Es wird generell empfohlen, dass alle Teilnehmer Kopfhörer benutzen. So können sie sich besser auf die Inhalte konzentrieren und werden weniger leicht abgelenkt.

System-Plugins. Es ist wichtig, dass alle System-Plugins immer auf dem neuesten Stand sind, in Bezug auf Webinars insbesondere der „Adobe Flash Player“ und die Java-Laufzeit-Umgebung (JRE). Auch das Betriebssystem an sich sollte vollständig aktualisiert sein, um technische Probleme bei der Webinar-Teilnahme zu vermeiden.

Aus diesen Gründen sollte der Trainer sich nicht nur um sein eigenes Set-Up kümmern, sondern auch den Teilnehmern mit Rat und Tat zur Seite stehen.

Räumlichkeit – Akustische und visuelle Begleitumstände. Webinars sind internet-basiert und können daher von überall verfolgt werden. Trotzdem wird die Wahl einer ordentlichen Räumlichkeit empfohlen.

Ein Webinar hängt stark von einer hohen Audioqualität ab. Gute Ausrüstung allein garantiert noch kein erfolgreiches Webinar, wenn dauernd Störgeräusche aus dem Hintergrund zu hören sind, z.B. Straßenverkehr, Gespräche, Klimaanlagen oder flackernde Lichter.

Um festzustellen, ob solche Geräusche auftreten könnten, sollte jeder Webinar-Teilnehmer den Raum vorher ganz in Ruhe überprüfen und potentielle Geräuschquellen ausmachen. Dabei ist zu beachten, dass auch ein vollkommen leerer Raum ohne Möbel oder Gegenstände zu einer schlechten Tonerfahrung führen können. In jedem Fall Fällen können schallisolierende Raumtrenner dabei helfen, Umgebungsgeräusche auszumerzen.

Beim Einsatz einer Kamera ist ein angemessener Hintergrund für die Videoübertragung ganz entscheidend. Eine schlichte, saubere Wand oder ein Whiteboard hinter dem Trainer können schnell für einen professionellen Look sorgen. Weder Werbung, Slogans noch sonstige Bilder sollten im Hintergrund zu sehen sein.

Praxisprojekt: Trainer sein.

Lernziele:

- Präsentationsmedien nutzen lernen
- Die Teilnehmer an die Seminarführung heranführen
- Das theoretische Wissen aus den vorherigen Kapiteln praktisch anwenden können

Dauer: 6 Zeitstunden

Target group: Image & Publicity Specialists, Public Relation Specialists, Sales & Marketing Specialists, Coaching Specialists, Consulting Specialists, Writing & Content Specialists

Technische Voraussetzungen und Empfehlungen

Jeder Trainer sollte heutzutage dazu in der Lage sein, moderne Medien und Kommunikationswerkzeuge zu nutzen – insbesondere bei der Qualifizierung von Spezialisten auf diesem Gebiet.

Dieser Kapitel setzt sich mit verschiedenen, äußerst nützlichen Hardware- und Software-Tools auseinander, die entscheidend für die Gestaltung und die Durchführung eines professionellen und wirksamen Seminars sind.

Hardware

- Moderationskoffer
- Beamer/Tageslichtprojektor/Fernseher
- Flipchart/Whiteboard/Tafel
- Laptop/PC/Smartphone/Tablet
- Videokamera
- Fotokamera

Moderationskoffer. Der Moderationskoffer enthält Hilfsmittel wie Karteikarten, Stifte, Aufkleber etc., die bei Vorträgen und verschiedenen Methoden (z.B. Clustern, Mind-Mapping, Stimmungsbarometer) eingesetzt werden können.

Der Trainer trägt die Verantwortung für einen ordentlich geführten und vollständig ausgerüsteten (den geplanten Methoden entsprechend) Koffer, bevor das Seminar beginnt.

Ein Trainer wird selten alle gewünschten Hilfsmittel durch Kunden oder Projektpartner bereitgestellt bekommen.

Beamer/Tageslichtprojektor/Fernseher. Um Präsentationsinhalte (z.B. PowerPoint, Videoclips, Texte etc.) anzuzeigen, können Beamer und Fernseher eingesetzt werden. Eine wichtige Rolle spielen sie auch bei der Präsentation von Arbeitsergebnissen. Der Trainer muss dabei vorab sicherstellen, dass die Hardware kompatibel zu Beamer/Fernseher ist. Dazu gehört auch die sorgfältige Überprüfung aller eingesetzten Kabel, Adapter und anderer potentieller Fehlerquellen.



Heutzutage werden Beamer und Fernseher über VGA- oder HDMI-Schnittstellen mit Laptops oder Computern verbunden. Normalerweise wird das sogenannte Anzeigegerät automatisch erkannt und zeigt die Quelle an. Falls das nicht funktionieren sollte, kann der Trainer durch gleichzeitiges Drücken der „Windows“- und der „P“-Taste das Anzeigemenü öffnen, das verschiedene Optionen für externe Anzeigequellen bietet. Alternativ kann der Trainer diese Funktion bei den meisten Laptops durch gleichzeitige Nutzung der „FN“-Taste und einer je nach Hersteller auf einer der F-Tasten gelegten Zusatztaste aufrufen.

Achtung: Beamer und der etwas aus der Mode gekommene Tageslichtprojektor benötigen eine Leinwand oder zumindest eine flache, helle Oberfläche und einen abgedunkelten Raum, um die Inhalte anzuzeigen – Voraussetzungen, die für einen Fernseher nicht gelten.

Flipchart/Whiteboard/Tafel. Flipcharts, Whiteboards und sogar Tafeln sind immer noch von Bedeutung, wenn es um die Darstellung grundlegender oder ad-hoc-Informationen bei der Durchführung bestimmter Methoden geht, z.B. bei Vorträgen oder Arbeitsanweisungen. Wichtig

werden sie aber vor allem, wenn es um die Darstellung des Tagesablaufs zu Beginn des Seminars geht. Flipcharts können sogar mehrmals genutzt werden – nach dem Seminar kann der Trainer die Papierrolle einfach mitnehmen.

Achtung: Beim Beschreiben von Whiteboards immer auf die Stifte achten! Wasserresistente Permanentmarker lassen sich nicht einfach entfernen.

Laptop/PC/Smartphone/Tablets. Bei Laptop und Co. handelt es sich wahrscheinlich um den wichtigsten Bestandteil einer modernen und professionellen Seminarausstattung. Für jeden Trainer ist es empfehlenswert, sicher im Umgang mit diesen Geräten zu sein.

Laptop und PC können beide eingesetzt werden, um die vorbereiteten Informationen (mit Hilfe bestimmter Software) anzuzeigen, Ergebnisse zu speichern und in manchen Fällen sogar grundlegende Bestandteile von Lernzielen sein, z.B. bei Videoschnitt-Kursen.

Vor Seminarbeginn sollte der Trainer sicherstellen, dass die benötigte Software installiert ist, der Laptop-Akku aufgeladen wurde oder zumindest eine Lademöglichkeit vorhanden ist, und, heutzutage natürlich nicht mehr wegzudenken, ein Internetzugang besteht.

Smartphones oder Tablets können zu Dokumentationszwecken oder mit Hilfe eingebauter Kalender zur Planung eingesetzt werden.



Videokameras. Videokameras können bei Präsentationen sehr hilfreich sein (in Verbindung mit Beamer/Fernseher) und für manche Methoden, z.B. zum Aufzeichnen von Partner-Interviews.

Normalerweise sind handelsüblichen Consumer-Kameras schon die passenden Kabel beigelegt (üblich sind Cinch- oder HDMI-Kabel/-Adapter), die mit jedem modernen Anzeigegerät verbunden werden können. Professionelle Kameras verfügen über weitaus mehr Ausgänge, die wiederum ebenfalls an jedes Anzeigegerät angeschlossen werden können.

Fotokameras. Fotokameras eignen sich perfekt für Dokumentationszwecke. Der Trainer kann z.B. Flipcharts oder andere visuelle Arbeitsergebnisse fotografieren und sichern. In manchen Projekten ist es außerdem notwendig, den eigentlichen Arbeitsprozess zu dokumentieren. Heutzutage können dafür natürlich auch Smartphones und Tablets genutzt werden, besonders in jüngeren Generationen ersetzen sie die herkömmliche Fotokamera nach und nach.



Abhängig von den geplanten Methoden können Fotokameras natürlich auch für einzelne Seminareinheiten genutzt werden.

Software

- Microsoft PowerPoint/OpenOffice Impress/Apple Keynote,
- Microsoft Word/OpenOffice Writer/Apple Pages,
- Media-Player,
- Skype, Google Hangout, Clickmeeting,
- Dropbox/Google Drive.

In diesem Kapitel werden verschiedene Software-Lösungen für Trainer präsentiert. Zwar sind die Angebote von „Microsoft“ und „Appel“ sehr beliebt und weit verbreitet, aber sie sind nicht frei erhältlich und auf ihr jeweiliges Betriebssystem („Microsoft Windows“ oder „Appel OS“) angepasst. Mit „OpenOffice“ stellt „Apache“ ein Open-Source-Angebot für jedermann zur Verfügung, unabhängig vom Betriebssystem.

„Microsoft PowerPoint” /”Apple Keynote” /”Apache OpenOffice Impress”. Präsentationsprogramme wie “Microsoft PowerPoint” sind grundsätzliche Bestandteile jedes modernen Seminars. Im Vergleich zu „altbackenen“ Präsentationsgerätschaften, kombiniert die Software Flexibilität (alle Präsentationsinhalte können schnell und zu jeder Zeit angepasst werden), Mobilität (Präsentationen können z.B. mit USB-Sticks transportiert werden) und Variabilität in Bezug auf Visualisierungen und grafische Hilfsmittel.

Hilfreiche Links:

- http://office.microsoft.com (die offizielle “Microsoft Office”-Hilfe-Seite mit verschiedenen Tutorials und allgemeinen Anleitungen, bereitgestellt von “Microsoft”)
- http://www.apple.com/support/ (die offizielle Support- und FAQ-Seite von “Apple”, die ebenfalls Tutorials und allgemeine Anleitungen für jedes “Apple”-Office-Produkt anbietet)
- http://wiki.openoffice.org/wiki/Documentation/FAQ/Impress (die „OpenOffice Impress“-Support-Seite, die für erleichterten Zugang in einem Wiki eingepflegt ist und wie jede andere Wikipedia-Seite funktioniert)

Microsoft Word/Apple Pages/Apache OpenOffice Writer/Google Docs. Solche Programme benötigt der Trainer, um Seminar-Designs, Konzepte, Feedback-Formulare oder andere Schriftstücke zu erstellen. Neuere Programmversionen bieten außerdem gute Hilfsmittel, um verständliche und gut aussehende Visualisierungen umzusetzen (z.B. „Smart Art“), außerdem können Inhalte innerhalb der jeweiligen Office-Pakete von einem Programm ins andere übertragen werden.

„Google Docs“ nimmt dabei allerdings eine besondere Rolle ein. Als „Googles“ browser-basierendes Office-Paket kann es mit einem einfachen Browser wie Firefox, Chrome oder Safari unter docs.google.com aufgerufen werden, die Nutzung ist kostenlos (abgesehen von der benötigten Anmeldung bei „Google“). Es ist natürlich von Vorteil, dass keine Installation benötigt wird und alle Dateien automatisch im „Google Drive“-Account des jeweiligen Nutzers gespeichert werden. Gleichzeitig können sie mit anderen geteilt und gemeinsam bearbeitet werden. Leider werden die online bearbeiteten Dateien automatisch als „Spreadsheet“-Datei gespeichert und lassen sich danach nur noch mit dem in seinen Funktionen eingeschränkten Online-Editor bearbeiten.

Hilfreiche Links:

- http://office.microsoft.com (die offizielle “Microsoft Office”-Hilfe-Seite mit verschiedenen Tutorials und allgemeinen Anleitungen, bereitgestellt von “Microsoft”)
- http://www.apple.com/support/ (die offizielle Support- und FAQ-Seite von “Apple”, die ebenfalls Tutorials und allgemeine Anleitungen für jedes “Apple”-Office-Produkt anbietet)
- http://wiki.openoffice.org/wiki/Documentation/FAQ/Writer (die „OpenOffice Writer“-Support-Seite, die für erleichterten Zugang in einem Wiki eingepflegt ist und wie jede andere Wikipedia-Seite http://docs.google.com (der Link zum Online-Office-Paket von „Google“. Wer keinen „Google“-Account besitzt, muss vorab einen anlegen und kann danach auch alle anderen „Google“-Dienste nutzen)

Media-Player. Media-Player werden bei vielen Präsentationen und Methoden benötigt, um Video- oder Audiodateien abzuspielen. Der Trainer sollte einen zu allen gängigen Dateiformaten kompatiblen Player auswählen, da viele Teilnehmer in der Regel nicht genau auf Dateiformate, Codecs etc. achten.

Kostenlos und weit verbreitet ist der VLC-Player, der über sehr viele eingebaute Decoder verfügt und fast jedes verfügbare Dateiformat und/oder Codec wiedergeben kann.

Hilfreicher Link:

- http://www.videolan.org/vlc/ (die offizielle Seite des VLC-Players mit Download-Möglichkeit und Erklärungen zu Einrichtung und Nutzung des Players)

Skype, Google Hangout, Clickmeeting. Zur Vorbereitung von Seminaren oder zur Durchführung von Webinaren spielen Online-Kommunikationswerkzeuge eine grundlegende Rolle.

„Skype“ und „Google Hangout“ sind dabei sehr beliebte Programme, weil sie neben der einfachen Text- und Stimmenübertragung noch weitere, hilfreiche Funktionen bieten, wie z.B. Dateiübertragung, Desktop-Publishing, Videoübertragung oder Gruppentreffen.

„Google Hangout“ ist vollkommen kostenlos und kann mit jedem „Google“-Account betrieben werden, während „Skype“ einen Premium-Zugang für Gruppentreffen mit Videoübertragungen benötigt (andere Funktionen sind kostenlos). „Clickmeeting“ ist eine kommerzielle, auf Videokonferenzen und Präsentationen spezialisierte Software, die insbesondere für Webinare empfohlen werden kann.

Hilfreiche Links:

- http://www.skype.com/en/download-skype/skype-for-computer/,
- http://www.google.com/intl/en/+/learnmore/hangouts/,
- http://www.clickmeeting.com/.

Dropbox/Google Drive. „Dropbox“ und „Google Drive“ sind Cloud-Anwendungen, die zum Dateiaustausch genutzt werden können. Heutzutage sind sie insbesondere für die Projektplanung von hoher Bedeutung, können aber auch für Seminare genutzt werden. Der Trainer kann z.B. die tägliche Foto-Dokumentation hochladen oder

andere wichtige Informationen mit den Teilnehmern teilen, ohne sich dabei auf E-Mail-Kommunikation beschränken zu müssen, die häufig kleinere Dateigrößen verlangt.

Hilfreiche Links:

- https://www.dropbox.com/install
- http://drive.google.com

Trainer sein.

„Sag es mir – Ich werde es vergessen!
Erkläre es mir – Ich werde mich erinnern!
Lass es mich selbst tun – Ich werde verstehen!"

Während sich die vorangehenden Kapitel mit den theoretischen Grundlagen des Trainer-Daseins auseinandersetzten, geht es in diesem letzten Kapitel um die praktische Umsetzung des neu erlangten Wissens für aufstrebende Trainer – in zwei Schritten.

Eine einzelne Seminareinheit gestalten. Jeder Teilnehmer wird darum gebeten, eine einzelne Seminareinheit zu gestalten, die sich auf die Inhalte von Modul A und B bezieht. Die Durchführung dieser Einheit sollte hinterher nicht länger als 15 Minuten in Anspruch nehmen. Der Teilnehmer kann sich z.B. dafür entscheiden, die Kamera mit bestimmten Methoden zu erklären, ein „Kennenlern"-Spiel zu spielen, eine Brainstorm-Methode durchzuführen etc. Dabei sollte er die Erkenntnisse der vorherigen Kapitel in seine Planung einbeziehen und die seinen Inhalten angemessenen Methoden auswählen.

Die Ausarbeitung dieser Seminareinheit sollte auf Basis der Seminarskizze erfolgen, die im „Trainingszyklus-Management" erklärt wurde.

Die Teilnehmer haben eine Stunde Zeit, alles Notwendige für die Rollenspiel-Phase vorzubereiten:

- Ablaufplan/Seminar-Design
- Materialien
- Setting

Rollenspiel & Feedback. Während der Rollenspiel-Phase schlüpft jeder Teilnehmer in die Rolle des Medientrainers und führt seine vorbereitete Seminar-Einheit vor den anderen Teilnehmern durch, die in diesem Rollenspiel seine Kursteilnehmer mimen.

Jeder Teilnehmer hat maximal 15 Minuten für seine Seminareinheit Zeit, danach beendet der Trainer die Einheit.

In der Folge führt der Trainer eine Feedbackrunde durch, die aus folgenden Punkten besteht:

- Selbst-Reflektion des Rollenspiel-Trainers (Was lief in seinen Augen gut? Was könnte verbessert werden?)
- Feedback der Gruppe
- Feedback des Trainers

Jeder einzelne Punkt sollte nicht länger als 5 Minuten dauern.

Um den zeitlichen Rahmen des Moduls einzuhalten, besteht diese Seminarphase im Idealfall aus maximal 6 Teilnehmern.

Falls die Zahl der Teilnehmer höher liegen sollte, kann der Kurs aufgespalten werden, was allerdings einen zweiten Trainer voraussetzen würde.

Eine andere Möglichkeit besteht darin, zwei Teilnehmer in Partnerarbeit eine einzelne Seminareinheit vorbereiten und durchführen zu lassen.

Zeit	Thema	Lernziel	Methode	Medien
00:00-00:15	Einführung: Tagesablauf vorstellen	Orientierung bieten	Vortrag	Flipchart/Whiteboard Laptop/Beamer/Fernseher
00:15-01:00	Technische Voraussetzungen und Empfehlungen für Trainer	Die Teilnehmer sollen konkrete Hardware und Software kennenlernen, die ihnen bei der Seminarplanung behilflich sein kann	Vortrag, Plenum	Flipchart/Whiteboard Laptop/Beamer/Fernseher

01:00-01:15	Kurze Pause	Erholung, neue Energie sammeln		
01:15-01:30	Wiederholung der vorherigen Modul-Kapitel	Das neue und benötigte Wissen wieder hervorrufen und für die kommende Praxisphase bereit machen Bring the new and necessary knowledge back to mind and make it ready for the upcoming practical session	Plenum	Flipchart/Whiteboard Laptop/Beamer/Fernseher
01:30-01:40	Vorstellung der Praxisphase	Die Teilnehmer sorgfältig auf das Rollenspiel und ihre Aufgaben vorbereiten	Vortrag	Flipchart/Whiteboard Laptop/Beamer/Fernseher
01:40-02:40	Die Seminareinheiten in Einzelarbeit (oder bei zu hoher Teilnehmerzahl in Partnerarbeit) gestalten	Die Teilnehmer gestalten zum ersten Mal ihre eigenen Seminareinheiten (thematisch sollten sie an Modul A oder B ausgerichtet sein). Die Einheit sollte sich an den zuvor erlernten Standards orientieren. Außerdem sollen sich die Teilnehmer Gedanken über das Setting und die während des Rollenspiels eingesetzten Materialien/Medien machen	Einzelarbeit Partnerarbeit	Stift und Papier, Laptop
02:40-02:50	Kurze Pause	Erholung, neue Energie sammeln		
02:40-04:50	Rollenspiel #1	Jeder Teilnehmer führt seine Seminareinheit durch. Zunächst richten sie die Räumlichkeit (im Falle eines Seminars) oder Ordner (bei Webinaren) her und geben eine kurze Einführung zum Rollenspiel. Danach beginnt das Rollenspiel. Der Teilnehmer schlüpft in die Rolle des Treainers, der seine Einheit anhand seines ausgearbeiteten Plans durchführt. Die anderen Teilnehmer sind dabei für die Dauer der Teilnehmer „seine“ Teilnehmer. Der Trainer beendet die Einheit nach 15 Minuten und beginnt mit dem Feedback. Zunächst gibt der Rollenspiel-Trainer seine Gedanken zur Einheit wieder, danach folgt die Gruppe und abschließend der Trainer. Die Feedbackrunde dauert 15 Minuten, insgesamt sollte eine	Rollenspiel, Feedback	Von den Teilnehmern bestimmt

		gesamte Einheit also 30 Minuten umfassen. Danach schlüpft der nächste Teilnehmer in die Rolle des Trainers. Während dieses ersten Rollenspiel-Blocks sollten vier Teilnehmer ihre Seminareinheiten präsentieren können.		
04:50-04:55	Kurze Pause	Erholung, neue Energie sammeln		
04:55-05:55	Rollenspiel #2	So wie Rollenspiel #1 mit den verbliebenen zwei Teilnehmern	Rollenspiel, Feedback	Von den Teilnehmern bestimmt
05:55-06:00	Abschlussworte und Verabschiedung	Der Trainer lässt den Tag mit den Teilnehmern Revue passieren und hält eine Feedbackrunde ab	Plenum, Feedback	Flipchart/Whiteboard Laptop/Beamer/Fernseher

Test-Fragen

1. **Benennen Sie mindestens 5 pädagogische Kompetenzen, die einen guten Trainer ausmachen (10 sind in diesem Modul beschrieben).**
2. **„Dieser Führungsstil ermöglicht den Teilnehmern größtmögliche Unabhängigkeit, indem sie über ihre Arbeit und Organisation selbst entscheiden können“ lautet die Definition des…**
    a. Autoritären oder hierarchischen Führungsstils
    b. Demokratischen oder kooperativen Führungsstils
    c. Laissez-faire-Führungsstils
    d. Fördernden Stils
3. **Benennen Sie die drei grundlegenden Gradmesser der Glaubwürdigkeit.**
4. **Wie viele Teilnehmer dürfen maximal an einem Webinar teilnehmen, wenn der Trainer es im Stile eines Dialogs führen möchte, die Teilnehmer den Trainer spontan unterbrechen dürfen und Interaktion zwischen den Teilnehmern erlaubt sein soll?**
    a. 6 oder weniger
    b. 7-20
    c. Mehr als 20
5. **Was sollte ein Trainer beim Feedback-Geben auf keinen Fall tun?**
    a. Das Verhalten der Teilnehmer kommentieren
    b. Lob von Kritik trennen
    c. Die Teilnehmer bewerten
6. **Benennen Sie die sieben grundsätzlichen Schritte, die jedes Trainingszyklus-Management enthalten sollte.**
7. **Welche Methode kann eingesetzt werden, um die Nützlichkeit eines Lernziels zu bestimmen?**
    a. DECS
    b. SMART
    c. Keine der beiden
8. **Benennen Sie mindestens fünf grundlegende Bestandteile, die jedes Seminar enthalten sollte.**
9. **Benennen Sie die fünf Phasen, die eine Seminargruppe durchläuft.**

10. **Welche beiden Schritte werden benötigt, um ein umfassendes Feedback zu geben?**
11. **“Diese Lernziele siedeln auf der Ebene des reinen Wissens und der intellektuellen Fähigkeiten an, d.h. sie werden über den Verstand erschlossen“ ist die Definition von…**
    a. Kognitiven Lernzielen
    b. Affektiven Lernzielen
    c. Psychomotorischen Lernzielen
12. **Benennen Sie fünf übliche Seminarmethoden.**

Antworten

Modul A

Frage 1:

- Kamera-Body – enthält elektronische Bauteile und Mechanik, die die Funktionen kontrollieren und Bilder auf Magnetband oder andere Datenträger aufzeichnet
- Objektiv – sammelt reflektiertes Licht und überträgt es über den Strahlengang auf dem Film oder das entsprechende Medium
- Sucher – die Kamerafrau oder der Fotograf schauen durch den Sucher, um das Bild zu gestalten und häufig auch, um es sicher scharfzustellen (fokussieren)
- Rekorder – ein System, bestehend aus Elektronik und Mechanik, mit dem die Bilder auf das jeweilige Medium geschrieben werden
- Mikrofon – akustischer Sensor, der Schallwellen in elektrische Signale umwandelt
- Akku – Werden benötigt, um die Kamera ohne Netzanschluss in Betrieb zu nehmen

Frage 2:

- Kassette/Tape
- Speicherkarte
- Festplatte/Flash-Rekorder
- CD/DVD

Frage 3: Das Bild zeigt eine Person vom Kopf bis zu den Knien (inklusive Pistole). Eine amerikanische Einstellungsgröße, bei der Gesten deutlich erkennbar sind, weil sich die Hände noch im Bild befinden

Frage 4: Ein Kran

Frage 5:

- Adobe Premiere
- Avid
- Movie Maker
- iMovie

Frage 6: Neigung

Modul B

Frage 1: Nachrichten-, Bewertungs-, Kolumnen- und investigativer Journalismus.

Frage 2: Alle kommen als Quellen in Frage

Frage 3: Eine Online-Umgebung, die Online-Software anbietet (in manchen Fällen auch Hardware-Lösungen) um Medieninhalte zu gestalten, zu produzieren, bereitzustellen und zu veröffentlichen.

Frage 4: Das Verhältnis zwischen urheberrechtlich geschützten, digitalen Werken (wie z.B. Film, Musik und Kunst) und die Nutzungserlaubnissen und –Rechten in Bezug auf Computer, Netzwerke und elektronische Geräte

Frage 5: Namensnennung – nicht-kommerziell – keine Bearbeitung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen

Modul C

Frage 1:

- Bereitschaft zum Feedback
- Aus eigenen Erfahrungen lernen.
- Fähigkeit zur Kritikannahme und Kritikäußerung
- Kreativität und Flexibilität in Gedanken und in der Praxis.
- Fähigkeit zur Analyse und Zusammenfassung
- Akzeptanz unterschiedlicher Ansichten
- Konzentration auf Ziele und Teilnehmende
- Fähigkeit zur Konzentration auf ein Problem
- Kontrolle über die Kommunikation

- Umgang mit schwierigen Situationen

Frage 2: Es ist die Definition des Laissez-faire-Führungsstils

Frage 3:

- Kleidung
- Professionalität
- Leidenschaft

Frage 4: 6 oder weniger

Frage 5: Teilnehmer beurteilen

Frage 6:

- Vorbereitung
- Trainingsbedarfsanalyse (TBA)
- Seminar-Design
- Material-Gestaltung
- Durchführung
- Evaluation
- Schlussfolgerungen und Verbesserungen

Frage 7: Die SMART-Methode

Frage 8:

- Begrüßung (inklusive Vorstellung des Tagesablaufs)
- Gegenseitiges Kennenlernen
- Erwartungen austauschen
- Pausen
- Ergebnissicherungen
- Energizer
- Feedback/Rückmeldungen
- Verabschiedung

Frage 9: Orientierung, “Kampf”, Normen, Arbeitsfähigkeit, Trennung.

Frage 10: „Qualitätssicherung“ und „Qualitätsentwicklung“

Frage 11: Es ist die Definition der kognitiven Lernziele.

Frage 12: z.B. Gruppenarbeit, Vortrag, Rollenspiel, Blitzlicht, Perspektivwechsel

Glossar

Amerikanische Einstellung – zeigt die Person vom Kopf bis zu den Knien. Eine amerikanische Einstellungsgröße, bei der Gesten deutlich erkennbar sind, weil sich die Hände noch im Bild befinden

Blog oder Weblog: Eine Webseite, auf der verschiedene Autoren in chronologischer Reihenfolge Texte, Nachrichten und/oder Kommentare über verschiedene Probleme veröffentlichen. Sie kann zur Veröffentlichung von Lesertexten genutzt werden, die Leser können den Blog durch eigene Beiträge und Kommentare mitgestalten. Den Autoren ist es freigestellt, Texte zu bearbeiten und über die Überwachung der Leserbeiträge zu entscheiden.

Cloudcomputing: Ein System, das Computing-Dienstleistungen im Internet bereitstellt. „Cloudcomputing" ist eine neue Art von Dienstleistung und Technik, die dem Nutzer den Zugang zu standardisierten Dienstleistungen ermöglicht und auf seine Bedürfnisse eingeht

Content-Medien-Plattform: Eine Online-Umgebung, die Online-Software anbietet (in manchen Fällen auch Hardware-Lösungen) um Medieninhalte zu gestalten, zu produzieren, bereitzustellen und zu veröffentlichen. Es ist möglich, verschiedene Angebote zu nutzen; jedes stellt verschiedene Quellen, Werkzeuge und Materialien zur Verfügung, die bei der Entwicklung von Medieninhalten hilfreich sein können

Copyleft: Ein allgemeiner Lizenztyp, der es erlaubt, vollkommen freie, digitale Werke zu erstellen und voraussetzt, dass auch alle Änderungen und Erweiterungen des ursprünglichen Werks frei bleiben

Kran – ein spezielles Gerät, um die Kamera hoch in die Luft zu heben und von oben mit ihr zu filmen

Creative-Commons-Lizenz (CC): Die beliebteste, öffentliche Kopierschutz-Lizenz, um kopiergeschützte Werke zu verbreiten. CC-Lizenzen können eingesetzt werden, um anderen Personen das Teilen, die Nutzung und sogar die Weiterbearbeitung des Werks zu erlauben

Crossmedia: Eine neue Kommunikationsstrategie, die es erlaubt, jede Art von Information, redaktionellen Inhalten oder sonstige Quellen einer breiten Zielgruppe durch verschiedene Medien verfügbar zu machen – und somit die eigentliche Nachricht möglichst effektiv zu verteilen.

Didaktik: Ein theoretischer, wissenschaftlicher Ansatz, der sich mit der Theorie des Lehrens beschäftigt

Digitaler Journalismus oder Cyber-Journalismus: Eine Art von Journalismus, die ihren Ursprung im Internet findet und neue Kommunikationstechniken einsetzt, um Nachrichten zu vermitteln

Digitale Rechte: Das Verhältnis zwischen urheberrechtlich geschützten, digitalen Werken (wie z.B. Film, Musik und Kunst) und die Nutzungserlaubnissen und –Rechten in Bezug auf Computer, Netzwerke und elektronische Geräte. Digitale Rechte können sich auch auf Zugang und Kontrolle von digitalen Informationen beziehen

Digitale Medien: Digitale Medien sind Kombination und Zusammenspiel aus allen traditionellen Medien, wie z.B. Radio, Bilder, Video oder Text

Digitale-Rechte-Verwaltung: Ein Vorgang, um jegliche Form von Piraterie aufzuhalten oder zumindest zu behindern

Establisher (Panorama) - ist die größte/weiteste Einstellungsgröße und führt den Zuschauer in das Setting eines Films oder eine Landschaft/Örtlichkeit ein. Dadurch kann der Zuschauer den Handlungsort einordnen.

Evaluation: Im Rahmen dieses Handbuchs beschreibt Evaluation einen angemessenen und professionellen Vorgang, um Stärken und Schwächen eines Seminars und des Trainers unter Nutzung verschiedener Evaluationswerkzeuge auszumachen

Feedback: Eine Auskunft über die Arbeitsergebnisse oder Kompetenzen einer Person. Feedback sollte immer auf konstruktivem Ausdruck beruhen und sowohl positive als auch negative Arbeiten und Verhaltensweisen darstellen. Feedback richtet sich an den jeweiligen Bedürfnissen des Empfängers aus.

Fokus – die Stellung, in der Lichtstrahlen vom Objektiv so aufgenommen werden, dass sich ein klares und scharfes Bild ergibt – abhängig auch zwischen Abstand Objektiv/Linse und Motiv.

GNU GPL (General Public License oder GPL): Eine Lizenz, die von der "Free Software Foundation" (FSF) Mitte der 80er Jahre geschaffen wurde und sich vorrangig um den Schutz der freien Verbreitung, Veränderung und Nutzung von Software kümmert.

Halbnahe - Die Halbnahe zeigt den oberen Teil des Protagonisten vom Kopf bis zur Taille. Halbnahe Einstellungen eignen sich gut, um Gesichtsausdrücke und Körpersprache zu zeigen.

Halbtotale - In dieser Einstellungsgröße rücken die Protagonisten (Hauptcharaktere) oder ein einzelner Protagonist ins Blickzentrum. Dabei sind sie von Kopf bis Fuß im Frame (Bildausschnitt).

Info-Grafik: Eine visuelle Beschreibung zu einem Text. Info-Grafiken können sehr hilfreich bei der Erläuterung von sehr speziellen oder technischen Themen sein.

Journalismus: Ansammeln von verschiedenartigen Informationen und der anschließende Umgang damit (schriftlich, mündlich, visuell oder grafisch). Journalismus möchte aktuelle und aufkommende Neuigkeiten sammeln, analysieren, zusammenführen, priorisieren und veröffentlichen.

LED – Eine relative neue Technologie, basierend auf LEDs und Linsen. LEDs verfügen über hohe Lichtqualität, erzeugen wenig Hitze und verbrauchen sehr wenig Energie.

Methodik: Eine pädagogische Fachrichtung, die sich mit Wegen und Methoden des Lehrens beschäftigt

Mikrofon – ein akustischer Sensor, um Schallwellen in elektrische Signale umzuwandeln

Open source: Eine Software bzw. ein Programm, dessen Quellcode öffentlich eingesehen, genutzt und bearbeitet werden kann

Persönliche Daten: Daten, egal ob korrekt oder nicht, durch die ein Individuum erkannt werden kann

Rekorder - ein System, bestehend aus Elektronik und Mechanik, mit dem die Bilder auf das jeweilige Medium geschrieben werden

Seminar-Design: Ein Seminar-Design ist ein umfassendes Seminarkonzept, das einen vollständigen Ablaufplan und alle anderen relevanten Informationen oder Papiere enthält (Handouts, Materiallisten etc.)

Stativ – ein meist drei-beiniges Gestell mit aufgesetzter Plattform, das sowohl für Stillfotografie als auch Videoaufnahmen genutzt werden kann, um unkontrollierte und ungewollte Kamerabewegungen zu vermeiden. Sie reduzieren Kamerawackeln und daher auch entscheidend fürs Schärfeziehen

Steadicam – Ein stabilisierender Aufsatz für eine Filmkamera, der die Bewegung des Steadicam-Operators mechanisch von der Kamera fernhält und dadurch eine flüssige, weiche Aufnahme ermöglicht, selbst wenn sich der Steadicam-Operator schnell über einen unebenen Untergrund bewegt

Totale - Die Totale stellt die Örtlichkeit ein wenig näher im Vergleich zum Panorama dar.

Trainingsbedarfsanalyse (TBA): Eine Trainingsbedarfsanalyse ist ein Werkzeug, um Wissenslücken zukünftiger Teilnehmer zu ermitteln

Trainingszyklus-Management (TZM): Das Trainingszyklus-Management ist ein aus verschiedenen Vorgängen und Werkzeugen bestehendes System, um ein Seminar erfolgreich zu planen, durchzuführen und zu bewerten

Webinar: Ein Web-basiertes Seminar mit Video- und Audioübertragung über das Internet von einer Quelle zu einer begrenzten Anzahl an Trainingsteilnehmern.

Workshop: Ein praktischer Ansatz, um ein Seminarthema zu erlernen – die Teilnehmer werden aktiv ins Geschehen eingebunden, vor allem im Vergleich zu einem gewöhnlichen Vortrag